

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



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

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

Tema: “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, Provincia del Carchi.”

Trabajo de titulación previa la obtención del  
título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Paz Puente Jenifer Nicole

TUTOR: MSc. Julio Iván López Cadena

Tulcán, 2020

## CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Paz Puente Jenifer Nicole con el número de cédula 040183834-7 ha elaborado el trabajo de titulación: “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, Provincia del Carchi.”

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

f.....  
MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN  
**TUTOR**

f.....  
MSC. JIMÉNEZ MONTALVO DANIEL ANDRÉS  
**LECTOR**

Tulcán, enero de 2020

## AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Paz Puente Jenifer Nicole con cédula de identidad número 040183834-7 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....  



**Paz Puente Jenifer Nicole**

AUTORA

Tulcán, enero de 2020

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Paz Puente Jenifer Nicole declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, Provincia del Carchi.” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f.....

**Paz Puente Jenifer Nicole**

AUTORA

Tulcán, enero de 2020

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios por ser mi guía, por darme la fuerza necesaria para culminar con éxito la presente investigación, por demostrarme tantas veces su existencia y por haber puesto en mi camino personas que han sido mi soporte a lo largo de este tiempo.

A mis padres les agradezco de todo corazón por poner su confianza en mí, por ser mi fortaleza en aquellos momentos de dificultad y apoyarme a lo largo de mi vida estudiantil.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, especialmente a la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial por darme la oportunidad de formarme como profesional y brindarme una educación de calidad.

A mi tutor MSc. Julio López por su valioso tiempo y apoyo incondicional durante la realización del presente trabajo investigativo, con la finalidad de que culmine con éxito esta etapa de mi vida.

A mi lector MSc. Daniel Jiménez por el tiempo dedicado y por contribuir con sus conocimientos para llevar a cabo el desarrollo del estudio realizado.

A la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” por brindarme información necesaria en el transcurso del desarrollo de la presente investigación.

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación le dedico con mucho amor a mi madre Sonia Puente por ser el motor de mí vida, quien me dio las fuerzas para seguir adelante y sobre todo por ser una mujer luchadora que día a día me enseñó que con esfuerzo y perseverancia todo es posible. Gracias madrecita bella por ser mi mayor ejemplo, por el soporte y sacrificio que me brindaste a lo largo de este tiempo, estoy segura que el amor de Dios se ve reflejado en ti, te amo.

A mi padre Santiago Paz por creer en mí y enseñarme que cada obstáculo que se presente a lo largo de mi camino es una oportunidad más para salir adelante y levantarme con más fuerza, le agradezco de todo corazón por estar a mi lado siempre e impulsarme en los momentos más difíciles.

A mis hermanos queridos Fabricio, Lady y Jean Pierre por que nunca me dejaron sola, me dieron su palabra de aliento, han sido mi gran apoyo y han impulsado en mí el deseo de superarme cada día.

A mis sobrinos Iktan León y Haile Paz que con sus sonrisas y cariño inigualable llenan de alegría mi vida, soy muy afortunada de tenerlos conmigo, ustedes son mi motivación diaria, los amo mis pequeñitos.

A mis abuelitas Georgina y María quienes desde el cielo me cuidan y guían mi camino, gracias viejitas lindas porque durante el tiempo que estuvieron a mi lado me apoyaron en todo momento y me dieron los mejores consejos que han sido de gran ayuda para mi vida, sé que ahora están orgullosas de mí, las extraño mucho.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
I. PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	20
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	22
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	22
2.2. MARCO TEÓRICO.....	29
III. METODOLOGÍA.....	32
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	32
3.1.1. Enfoque.....	32
3.1.2. Tipo de Investigación.....	33
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	33
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	34

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	36
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....	38
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	117
4.1. RESULTADOS .....	117
4.2. DISCUSIÓN .....	141
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	145
5.1. CONCLUSIONES .....	145
5.2. RECOMENDACIONES.....	146
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	148
VII. ANEXOS .....	154

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Operalización de la Variable Dependiente. ....	34
<b>Tabla 2.</b> Operalización de la Variable Independiente.....	35
<b>Tabla 3.</b> Grupo de expertos.....	36
<b>Tabla 4.</b> Muestra.....	37
<b>Tabla 5.</b> Técnicas para la recolección de datos.....	38
<b>Tabla 6.</b> Clasificación Arancelaria. ....	39
<b>Tabla 7.</b> Lista de los principales países importadores de pulpa de fruta a nivel mundial (Ton) .....	40
<b>Tabla 8.</b> Principales países importadores de pulpa de frutas desde Ecuador (Ton) .....	41
<b>Tabla 9.</b> PIB a precios actuales, expresado en (Miles de millones de USD).....	43
<b>Tabla 10.</b> PIB per cápita expresado en USD. ....	44
<b>Tabla 11.</b> Inflación precios al consumidor (% anual).....	45
<b>Tabla 12.</b> Tasa de desempleo (% de la población activa total).....	46
<b>Tabla 13.</b> Balanza Comercial (Millones de USD).....	47
<b>Tabla 14.</b> Tipo de cambio .....	48
<b>Tabla 15.</b> Acuerdos Comerciales Vigentes.....	49
<b>Tabla 16.</b> Riesgo país.....	50

<b>Tabla 17.</b> Barreras arancelarias.....	51
<b>Tabla 18.</b> Barreras no arancelarias. ....	52
<b>Tabla 19.</b> Población Económicamente Activa.....	53
<b>Tabla 20.</b> Localización .....	54
<b>Tabla 21.</b> Índice de Desempeño Logístico .....	56
<b>Tabla 22.</b> Idioma o lengua .....	56
<b>Tabla 23.</b> Escala de medición. ....	57
<b>Tabla 24.</b> Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM).....	58
<b>Tabla 25.</b> Resumen de Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)	59
<b>Tabla 26.</b> Ficha Técnica Estados Unidos.....	61
<b>Tabla 27.</b> Participación de consumo. ....	63
<b>Tabla 28.</b> Ficha Técnica Ciudad de Houston - Texas.....	64
<b>Tabla 29.</b> Principales importadores de Houston – Texas. ....	66
<b>Tabla 30.</b> Importación de pulpa de frutas de Estados Unidos (Toneladas). ....	66
<b>Tabla 31.</b> Exportaciones de pulpa de fruta de Estados Unidos (Toneladas) .....	67
<b>Tabla 32.</b> Análisis de los principales competidores de Estados Unidos.....	68
<b>Tabla 33.</b> Certificación Orgánica.....	69
<b>Tabla 34.</b> Ficha Técnica Ecuador. ....	69
<b>Tabla 35.</b> Información nutricional del producto. ....	71
<b>Tabla 36.</b> Ficha Técnica del Producto. ....	72
<b>Tabla 37.</b> Características de la pulpa de naranjilla. ....	72
<b>Tabla 38.</b> Empresas competidoras a nivel nacional.....	73
<b>Tabla 39.</b> Oferta origen de la naranjilla.....	74
<b>Tabla 40.</b> Proyecciones de la oferta de la pulpa de naranjilla .....	74
<b>Tabla 41.</b> Datos históricos de las importaciones de Estados Unidos de los años (2014 – 2018)	75
.....	75
<b>Tabla 42.</b> Proyecciones de las importaciones Estados Unidos. ....	75
<b>Tabla 43.</b> Proyecciones de las exportaciones de Estados Unidos de los años (2014 – 2018)	76
<b>Tabla 44.</b> Proyecciones de las exportaciones Estados Unidos. ....	76
<b>Tabla 45.</b> Consumo Nacional Aparente pulpa de fruta.....	77
<b>Tabla 46.</b> Cálculo de la demanda insatisfecha internacional.....	78
<b>Tabla 47.</b> Maquinaria.....	82
<b>Tabla 48.</b> Mano de Obra .....	85
<b>Tabla 49.</b> Manual de Funciones Gerente General .....	86

<b>Tabla 50.</b> Manual de Funciones Contador .....	87
<b>Tabla 51.</b> Manual de Funciones Operario .....	87
<b>Tabla 52.</b> Manual de Funciones Asistente Comercial .....	88
<b>Tabla 53.</b> Análisis FODA Asociación "El Edén" .....	89
<b>Tabla 54.</b> Ficha de Procesos de Producción. ....	90
<b>Tabla 55.</b> Ficha de Proceso de Comercialización Internacional.....	92
<b>Tabla 56.</b> Precio referencial de la competencia.....	94
<b>Tabla 57.</b> Logística Internacional .....	99
<b>Tabla 58.</b> Canal de distribución.....	100
<b>Tabla 59.</b> Canal de distribución Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”. .	101
<b>Tabla 60.</b> Información básica del producto .....	104
<b>Tabla 61.</b> Cálculo del peso .....	105
<b>Tabla 62.</b> Cálculo del cubicaje cajas .....	105
<b>Tabla 63.</b> Cálculo del cubicaje pallets .....	106
<b>Tabla 64.</b> Cálculo de Incoterms .....	107
<b>Tabla 65.</b> Término de negociación FOB.....	107
<b>Tabla 66.</b> Término de negociación DDP .....	108
<b>Tabla 67.</b> Estimación de ventas. ....	108
<b>Tabla 68.</b> Inversión inicial total.....	109
<b>Tabla 69.</b> Inversión fija.....	110
<b>Tabla 70.</b> Activos Diferidos - Gastos de Constitución .....	110
<b>Tabla 71.</b> Costos de producción – proyecciones .....	111
<b>Tabla 72.</b> Gastos administrativos – proyecciones.....	112
<b>Tabla 73.</b> Sueldos administrativos.....	112
<b>Tabla 74.</b> Gastos de exportación - proyecciones .....	113
<b>Tabla 75.</b> Estructura de financiamiento .....	113
<b>Tabla 76.</b> Costo de capital promedio .....	113
<b>Tabla 77.</b> Estado de resultados con financiamiento.....	114
<b>Tabla 78.</b> Flujo de Efectivo - Indicadores Financieros.....	115
<b>Tabla 79.</b> Punto de equilibrio .....	116
<b>Tabla 80.</b> Resumen de la Matriz POAM .....	117

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Fundamentación conceptual, variable dependiente e independiente. ....	29
<b>Figura 2.</b> Principales países importadores de pulpa de fruta a nivel mundial en toneladas	40
<b>Figura 3.</b> Principales países importadores de pulpa de fruta desde Ecuador.....	41
<b>Figura 4.</b> Producto Interno Bruto (PIB).....	43
<b>Figura 5.</b> PIB. Per Cápita (USD).....	44
<b>Figura 6.</b> Inflación precios al consumidor (% anual).....	45
<b>Figura 7.</b> Tasa de desempleo.....	46
<b>Figura 8.</b> Población Económicamente Activa. ....	53
<b>Figura 9.</b> Macro localización de la Asociación "El Edén". ....	80
<b>Figura 10.</b> Micro localización de la Asociación "El Edén".....	81
<b>Figura 11.</b> Distribución interna de la planta.....	81
<b>Figura 12.</b> Logotipo de la Asociación. ....	84
<b>Figura 13.</b> Estructura Organizacional.....	85
<b>Figura 14.</b> Mapa de procesos.....	90
<b>Figura 15.</b> Modelo original del empaque.....	95
<b>Figura 16.</b> Propuesta comercial del empaque del producto.....	95
<b>Figura 17.</b> Embalaje del producto.....	96
<b>Figura 18.</b> Diseño de la etiqueta para el mercado internacional.....	97
<b>Figura 19.</b> Marcado de la caja.....	98
<b>Figura 20.</b> Ruta Transporte Internacional.....	98
<b>Figura 21.</b> Canales de distribución. ....	100
<b>Figura 22.</b> Punto de equilibrio.....	116
<b>Figura 23.</b> Rango de edad de los socios del "Edén".....	122
<b>Figura 24.</b> Género.....	123
<b>Figura 25.</b> Actividad que ejerce.....	123
<b>Figura 26.</b> Nivel de educación.....	124
<b>Figura 27.</b> Nivel de ingresos que percibe.....	125
<b>Figura 28.</b> Hectáreas dedicadas al consumo.....	125
<b>Figura 29.</b> Inversión por hectárea.....	126
<b>Figura 30.</b> Variedad de naranjilla.....	127
<b>Figura 31.</b> Calidad de naranjilla cultivada.....	127
<b>Figura 32.</b> Temporada de producción de naranjilla.....	128

<b>Figura 33.</b> Venta frecuente del producto .....	129
<b>Figura 34.</b> Formas de pago que utiliza .....	129
<b>Figura 35.</b> Terrenos para la producción de naranjilla.....	130
<b>Figura 36.</b> Demanda mercado internacional.....	131
<b>Figura 37.</b> Género.....	132
<b>Figura 38.</b> Rango de edad.....	132
<b>Figura 39.</b> Consume pulpa de naranjilla.....	133
<b>Figura 40.</b> Por qué no consume pulpa de naranjilla. ....	134
<b>Figura 41.</b> Frecuencia del consumo de pulpa de naranjilla. ....	135
<b>Figura 42.</b> Formas de consumo .....	135
<b>Figura 43.</b> Por qué consume pulpa de naranjilla. ....	136
<b>Figura 44.</b> Tipo de presentación .....	137
<b>Figura 45.</b> Cuánto está dispuesto a pagar. ....	137
<b>Figura 46.</b> Envase .....	138
<b>Figura 47.</b> En qué lugares le gusta adquirir pulpa de naranjilla. ....	139
<b>Figura 48.</b> Qué toma en cuenta al momento de comprar.....	139
<b>Figura 49.</b> Medios Publicitarios .....	140

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Certificado del abstract por parte de idiomas .....	154
<b>Anexo 2.</b> Oficio dirigido a la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” .....	155
<b>Anexo 3.</b> Carta de aceptación de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”.....	156
<b>Anexo 4.</b> Formulario 001 – Entrevista aplicada al presidente de la Asociación “EL EDÉN” .....	157
<b>Anexo 5.</b> Formulario 002 – Entrevista aplicada a PRO ECUADOR.....	160
<b>Anexo 6.</b> Formulario 003 – Entrevista aplicada a AGROCALIDAD.....	163
<b>Anexo 7.</b> Formulario 004 – Entrevista aplicada al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) .....	165
<b>Anexo 8.</b> Formulario 005 – Entrevista aplicada al GAD de la Provincia del Carchi.....	167
<b>Anexo 9.</b> Formulario 001 – Encuesta dirigida a los productores de la Asociación “El Edén” .....	169
<b>Anexo 10.</b> Formato de la encuesta dirigida al mercado internacional .....	175

<b>Anexo 11.</b> Correo enviado al Consulado del Ecuador en Houston .....	177
<b>Anexo 12.</b> Correo enviado a la Universidad Estatal de Tarleton en Texas – Estados Unidos .....	178
<b>Anexo 13.</b> Recolección de las encuestas .....	179
<b>Anexo 14.</b> Subpartida arancelaria para la pulpa congelada.....	179
<b>Anexo 15.</b> Recolección de información .....	180
<b>Anexo 16.</b> Ficha de factores de Estados Unidos .....	181
<b>Anexo 17.</b> Ficha de factores de Países Bajos .....	182
<b>Anexo 18.</b> Ficha de factores de España.....	183
<b>Anexo 19.</b> Ficha de factores de Ecuador .....	184
<b>Anexo 20.</b> Ficha de observación .....	185
<b>Anexo 21.</b> Incoterms .....	186
<b>Anexo 22.</b> Acta de predefensa.....	187

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar alternativas de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla de la Asociación “El Edén” de la Parroquia Maldonado de la Provincia del Carchi con el fin de incrementar sus ventas; se tomó en cuenta la estabilidad económica, política, legal, demográfica y geográfica de diferentes países como Estados Unidos, Holanda y España.

Mediante el Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM), se identificó al mercado estadounidense como una gran oportunidad para comercializar la pulpa de naranjilla porque este mercado exige calidad, siendo así un país atractivo para la asociación “El Edén”.

La recolección de datos primarios se la obtuvo a través de encuestas realizadas a los productores de la asociación y a posibles consumidores de pulpa de naranjilla de Houston - Texas, además se realizó entrevistas a expertos en el tema de investigación. La información secundaria se obtuvo mediante la búsqueda de libros, revistas científicas, revistas comerciales, datos estadísticos, páginas web, entre otros. Lo que ayudó a apoyar el desarrollo del presente estudio.

Con el estudio técnico se pudo adaptar el envase y la etiqueta de la Asociación a los reglamentos que exige la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA), con la finalidad de que el producto ingrese sin ninguna dificultad. Asimismo, se determinó las unidades comerciales a exportar, organigrama estructural, manual de funciones, flujos de procesos, entre otros.

Finalmente se pudo determinar mediante el estudio financiero que el proyecto es viable porque presenta indicadores económicos favorables, donde el Valor Actual Neto es de \$63.511,36 dólares y la Tasa Interna de Retorno es de 29,67% con un periodo de recuperación de la inversión de 3 años 9 meses, de esta manera se demuestra que el proyecto tendrá una rentabilidad aceptable y generará mayores y mejores ingresos económicos para quienes conforman la Asociación “El Edén”.

**Palabras claves:** Alternativas de mercados, Asociación “El Edén”, comercialización internacional, demanda, oferta, pulpa de naranjilla.

## ABSTRACT

This research project aims to determinate opportunities in international markets for the marketing of naranjilla pulp from the Association El Eden in the village of Maldonado in the province of Carchi in order to increase sales; the economic, politic, legal, demographic and geographical of different countries such as USA, Holland and Spain.

Through the Profile of Opportunities and Threats (POT), the US market was pointed as a great opportunity to trade naranjilla pulp because this market demands quality, thus being an attractive country for the association El Eden.

The collection of primary data was obtained through surveys and interviews conducted to the association producers and potential consumers of naranjilla pulp from Houston – Texas. In addition, interviews were conducted with experts in the field of research, secondary information was obtained through the search in books, scientific journals, commercial magazines, statistical data, Web pages, among others. Which helped support the development of the present study.

The technical study was able to adapt the package and label of the association to the regulations required by the Food and Drug Administration (FDA), so that the product enters without any difficulty. Likewise, the commercial units to be exported, structural organization chart, manual of functions, process flows, among others, were determined.

Finally, it was determined through the financial study that the project is viable because it has favorable economic indicators, where the Net Present Value is \$ 63.511,36 and the Internal Rate of Return is 29.67% with a period of recovery of the investment 3 years 9 months, in this way it is shown that the project will have an acceptable return and will generate greater and better economic income for those who make up the Association El Eden.

**Keywords:** Market alternatives, Association "El Eden", international marketing, demand, offer, naranjilla pulp.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene el propósito de realizar un estudio sobre los principales y posibles mercados internacionales que permitan efectuar la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” de la Parroquia Maldonado, Provincia del Carchi. La investigación presenta seis capítulos y se dividen de la siguiente manera:

En el capítulo I se contempla la problemática, identificando la situación actual que atraviesa la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” referente a la comercialización a nivel internacional de pulpa de naranjilla, de igual manera se describe la justificación con la finalidad de dar solución al problema considerando los beneficios que se logrará alcanzar y se plantea objetivos generales y específicos de la investigación.

En el capítulo II se desarrolla la fundamentación teórica, puntualizando tanto en los antecedentes investigativos que sirven de guía en el desarrollo de la investigación como en las teorías de comercio internacional.

En el capítulo III se presenta la metodología de la investigación detallando el enfoque cualitativo y cuantitativo, así como el tipo de investigación, métodos utilizados, técnicas para la recolección de datos como la encuesta, entrevista, ficha de observación, datos secundarios y análisis estadístico. Este capítulo también contiene el estudio de mercado, técnico y financiero que ayudan a determinar la factibilidad del proyecto.

En el capítulo IV se detalla los resultados y discusión de la investigación que se obtuvieron a través de la Matriz POAM, entrevistas realizadas a personas expertas en el tema de estudio, encuestas aplicadas a los productores de la Asociación y a los posibles consumidores de la ciudad de Houston – Texas.

En el capítulo V se desarrolla las conclusiones y recomendaciones que se considera parte importa del estudio porque son los resultados más relevantes que se obtuvieron a lo largo de la investigación.

En el capítulo VI se concluye con las referencias bibliográficas que son aquellas fuentes que se utilizaron durante la elaboración de la investigación y se anexa el material de apoyo que sirven de sustento para el estudio.

## I. PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es reconocido como un país netamente agrícola, sin embargo, su economía ha dependido en mayor parte de exportaciones petroleras y de productos tradicionales en estado primario tales como banano, cacao, café, camarón, flores entre otros (Economía, 2018). Pero no se ha tomado en cuenta que el petróleo es un recurso no renovable y que los productos tradicionales son considerados renovables, pero a largo plazo, y al no generarles valor agregado imposibilita la mejora en los niveles de productividad como en la diversificación de nuevos productos y destinos.

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (BCE, 2019) las participaciones porcentuales de los productos tradicionales registradas en el primer mes de enero del año 2019, fueron de 60,9% superior a los productos no tradicionales que fueron de 39,1%, debido a factores como la calidad y respectivas certificaciones.

Medina (2016) afirma: “Ecuador no puede continuar esperanzado en explotar y vender solo bienes o productos primarios, más aún si estos no son renovables, tiene que industrializarse y avanzar hacia las exportaciones no tradicionales” (p.28). A pesar de que su problema radique en la falta de capacitación y formación en el sector productor, generando de esta manera dificultades en lo que es el apalancamiento o financiamiento.

La Provincia del Carchi es considerada como una provincia agrícola, productora principalmente de frutas no tradicionales como la naranjilla híbrida, esto se debe básicamente a la diversidad de pisos climáticos y suelos fértiles aptos para la agricultura, siendo esta la base económica para pequeñas y medianas empresas (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2015).

En la Provincia del Carchi se encuentra la Comunidad de Chilmá Bajo, la cual está ubicada a 17 kilómetros de la Parroquia de Maldonado al noroccidente de Tulcán, su clima es subtropical con una temperatura promedio de 20 grados centígrados y cuenta con una significativa extensión de tierra fructífera. En dicha comunidad se ubica la Asociación de

Productores Agropecuarios “El Edén” donde su producción se basa en ciertos frutales como son la naranjilla, mora, granadilla y tomate de árbol.

A pesar de que esta zona sea rica en variedad de productos agrícolas, el señor Henry Pozo presidente de la Asociación en estudio comenta que esta producción no es aprovechada correctamente por la falta de recursos económicos que no les permite mejorar el proceso productivo, debido a la limitación que tienen al no poder adquirir financiamiento por parte de instituciones bancarias y a la vez la escasa capacitación por parte de los productores en lo referente a temas de mercadeo, canales de comercialización y sobre todo acerca de los mercados internacionales que demandan de la pulpa de naranjilla, generando de esta manera que los asociados pierdan grandes oportunidades de ampliar su mercado. Además, asumir el riesgo en invertir en productos nuevos es otro de los factores que acontece a los productores porque no saben si va a tener la misma aceptación que los productos primarios que por lo general se exportan. (H. Pozo, Conocimiento Personal, 25 de marzo de 2019).

Actualmente la Asociación “El Edén” cuenta con una producción de 35.000 kilogramos de naranjilla mensuales, no obstante parte de ella termina dañándose por su alto índice de perecibilidad. Es así que la exportación de naranjilla en estado natural no ha tenido mucho éxito porque la fruta no mantiene su esencia hasta el momento de llegar al consumidor final y esto conlleva a pérdidas económicas para los productores. (H. Pozo, Conocimiento Personal, 25 de marzo de 2019)

Otra desventaja es que al haber bastantes intermediarios y el aprovechamiento exagerado de los mismos el precio de su producto tiende a bajar, lo cual genera para las familias asociadas una disminución en sus ingresos y una baja calidad de vida. Por tal motivo se ve la necesidad de industrializarla en pulpa de naranjilla para alargar su vida útil y de esta manera tener un monto fijo y pagarles a los productores un precio justo.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo inciden las alternativas de mercados internacionales en la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación de Productores Agropecuarios El Edén de la Parroquia Maldonado, Provincia del Carchi?

### 1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación está orientada a brindar alternativas de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla producida por la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” desde la Parroquia Maldonado de la Provincia del Carchi.

La Asociación “El Edén” es una organización agropecuaria legalmente constituida en la Provincia del Carchi y cuenta con 45 socios activos, mismos que entre otras actividades agropecuarias se dedican al cultivo de diversos frutales.

Según el Ing. Darwin Pozo la mencionada organización ha tenido la iniciativa de impulsar el trabajo en equipo con la finalidad de obtener productos de calidad, por ende han gestionado ante la Prefectura del Carchi para la construcción de infraestructura que les permita brindar una oportunidad de generar valor agregado a sus diversos productos no tradicionales como son la naranjilla, mora y tomate de árbol en pulpa de frutas y por lo tanto enviarlo con una mejor presentación y tener una mayor rentabilidad. Cabe recalcar que esto determina una gran viabilidad para la presente investigación debido al apoyo que se tiene de la institución gubernamental antes mencionada. (D. Pozo, Conocimiento Personal, 25 de marzo de 2019).

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2018) menciona que: “Fortalecer a las pequeñas asociaciones que proporcionan valor agregado a sus diversos productos para exportar, así como activar en este sentido a las organizaciones que recién inician es el compromiso que tiene el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería” (párr.1).

De esta forma, permitirá a las asociaciones ofertar sus productos y detectar sus puntos fuertes, de tal forma que no solo sean comercializados en su pequeña localidad en estado primario, sino que les permita industrializarlos y por consiguiente mejorar la calidad de su producto final, mirando a un nivel macro y estando a la par de sus competidores.

Mediante la investigación se pretende entregar a la Comunidad de Chilmá Bajo un estudio pormenorizado de los nichos de mercados potenciales y reales para la comercialización específicamente de pulpa de naranjilla, de modo que el aporte realizado se convierta en

generador de mejores y mayores ingresos económicos para los pequeños y medianos productores de naranjilla de la Parroquia Maldonado.

Por su parte, la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” muestra total interés en que se realice la presente investigación porque se está incentivando y fomentando las exportaciones de productos no tradicionales con valor agregado. Además, se obtiene información relevante en lo que respecta a una comercialización a nivel internacional.

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

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” ubicada en Comunidad de Chilmá Bajo Parroquia Maldonado.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente las alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla.
- Diagnosticar el mercado internacional objetivo para la comercialización de pulpa de naranjilla por parte de la Asociación “El Edén” ubicada en la Comunidad Chilmá Bajo Parroquia Maldonado.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de pulpa de naranjilla desde la Asociación “El Edén” ubicada en la Comunidad Chilmá Bajo Parroquia Maldonado.

### 1.4.3. Preguntas de Investigación

En el presente trabajo investigativo es importante indagar en las siguientes inquietudes:

- ¿Cuáles son los principales mercados internacionales que demandan pulpa de naranjilla?
- ¿Cuál es el mercado internacional óptimo para comercializar pulpa de naranjilla?
- ¿Cuál es la oferta exportable de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” en lo que respecta a pulpa de naranjilla?
- ¿Qué porcentaje de la demanda insatisfecha internacional se puede satisfacer?
- ¿Cuáles son los acuerdos comerciales que existen con los mercados internacionales a los que se pretende llegar?
- ¿Cuál es el canal de distribución que utilizará la Asociación para llegar al consumidor final?
- ¿Cuáles serán los beneficios que obtendrá la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” con la presente investigación?
- ¿Será factible comercializar pulpa de naranjilla de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Se tomarán como referencia a diferentes investigaciones de tesis, revistas y artículos científicos relacionados con el tema de investigación, que servirán de base y guía para fundamentar teóricamente.

#### **Antecedente N° 1**

Apráez, L. (2015) *Oportunidades de Mercado en Chile y la Comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical*. (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Recuperado de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/430>

La finalidad de esta investigación es conocer cuál de los mercados internacionales brinda la mejor alternativa para exportar pulpa de naranjilla desde la Parroquia Chical, con el objetivo de que agricultores y productores de la zona aprovechen sus recursos y generen valor agregado, en vista de que si se pretende o se quiere incursionar en nuevos mercados se debe hacerlo como producto transformado. De esta manera se cumple con los niveles de calidad que exigen países extranjeros para comercializar (Apráez, 2015).

Concluyendo que los principales países que presentan mayor oportunidad son Estados Unidos, Chile y Alemania, pero a través de la ponderación se logró señalar que Chile es el principal mercado que demanda de pulpa de frutas entre ellas la pulpa de naranjilla. Esto es gracias a sus hábitos de consumo, y el público objetivo se ubica en un rango de 25 a 40 años de edad que adquieren productos alimenticios transformados y a su vez alimentos gourmet.

El presente proyecto de investigación hace énfasis en que el producto en estudio es demandado en ciertos mercados extranjeros y que es una buena oportunidad tanto para los agricultores como para los productores porque muchos de ellos harán hincapié en lo referente a como poder ingresar el producto con facilidad a los nuevos mercados, así como también conocer todas las regulaciones internacionales pertinentes a la exportación, de modo que cumpla con las exigencias de los consumidores y se actualice constantemente en estas leyes.

### **Antecedente N° 2**

Velastegui, J. (2017). *Exportación de pulpa de naranjilla a Alemania*. (Tesis de pregrado). Universidad de Las Américas, Quito. Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6536>

Esta investigación proporciona información sobre el proceso de exportación de la pulpa de naranjilla y el propósito es que sea reconocido por países europeos como Alemania, porque es uno de los mercados que presenta baja diversidad de frutas por motivos como el clima. Además, muchos productos que ingresan a este mercado tienen cero aranceles por el convenio que existe entre ambos países, de modo que a través del presente se logre dar a conocer en todos los lugares del mundo el producto de estudio (Velastegui, 2017).

Concluyendo de esta manera que el producto tendrá una buena aceptación en el mercado porque tiene un sabor distinto que llama la atención de la población de Alemania y a su vez conlleva a que se pueda comercializar en otros países pertenecientes a la Unión Europea.

El tema de investigación sirve de guía porque se afirma que Ecuador está en la capacidad de incrementar el cultivo de naranjilla, pues posee áreas y climas favorables para su desarrollo. Además, menciona que en países extranjeros esta fruta es muy demandada. Por ello, la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” debe tener en claro la disponibilidad y las condiciones que presenta para poder abrirse a nuevos mercados internacionales.

### **Antecedente N° 3**

Mendoza, Á., & Guerrero, J. (18 de marzo de 2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de pulpa de naranjilla*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12326>

Ecuador debe innovar para poder potencializar las exportaciones de bienes y servicios con valor agregado. Es decir, combinar el potencial agrícola del país con la creación, debido a que esta idea es una oportunidad para ingresar a mercados internacionales porque muchos de ellos exigen gran calidad en los productos y con sus respectivas certificaciones. Es por ello, que muchas empresas u organizaciones no han tenido éxito en vista de que la exportación de naranjilla en estado natural no llega en óptimas condiciones al consumidor final por su alto grado de perecibilidad. Por lo tanto, la transformación en pulpa de naranjilla permitirá alargar la vida útil del producto y conservarse por mucho más tiempo (Mendoza & Guerrero, 2019).

La investigación es de gran importancia para el presente estudio, dado que en la actualidad los países son mucho más exigentes en lo que respecta a los requisitos para poder ingresar el producto al mercado, porque toman en cuenta la calidad, el envase y etiquetado con el propósito de salvaguardar la salud del ser humano y los intereses económicos de los consumidores. Por lo tanto, la Asociación El Edén debe tener muy en cuenta estos factores e implementar las Buenas Prácticas de Manufactura – BPM, a causa de que permite proteger la higiene durante la producción, manipulación y respectiva comercialización de los productos alimenticios.

#### **Antecedente N° 4**

Gaona-Gonzaga, J., Montesdeoca-Espín, D., Brito-Grandes, B., Sotomayor-Correa, A., & Viera-Arroyo, W. (2019). Aprovechamiento de la naranjilla *Solanum quitoense* Lam. Variedad INIAP Quitoense-2009 para la obtención de una bebida carbonatada. *SciELO*, 10(2), 107-114. Recuperado de <http://www.scielo.com/>

El consumo per cápita de bebidas ha ido incrementando en los últimos tiempos, por eso existe la atracción de ampliar investigaciones que permitan la preparación de productos parecidos que aporten con valor nutritivo, de manera que se genere más oportunidades en el mercado para poder compararlos y ser reconocidos por los consumidores. Cabe recalcar que Ecuador tiene una producción aproximada de 29.000 t/año de naranjilla porque esta fruta es de gran importancia económica para los pequeños productores nacionales (Gaona-Gonzaga, Montesdeoca-Espín, Brito-Grandes, Sotomayor-Correa, & Viera-Arroyo, 2019).

Concluyendo que gran parte de la elaboración de la naranjilla es comercializada como fruta en fresco, sin darse cuenta que en diversos mercados internacionales requieren de esta fruta, pero con valor agregado por motivos de tiempo. Además, son más fáciles de preparar y consideran que es muy apetecida para el consumo.

El presente artículo científico es de gran importancia para el desarrollo de la investigación porque menciona que la fruta de estudio es una gran alternativa para ser transformada y comercializada a nivel internacional, en vista de que hay gran aprobación por los clientes finales lo cual conlleva a aumentar su consumo. Cabe recalcar que en el Ecuador se dan grandes cantidades de este fruto por la posición geográfica en la que se ubica y contiene un

excelente potencial nutricional. Esto quiere decir que transformarla en pulpa de naranjilla sería una buena alternativa de comercialización.

#### **Antecedente N° 5**

Realpe, I., & Realpe, O. (2013). La producción de naranjilla de la parroquia de Maldonado y su comercialización. *SATHIRI N. ° 1, 17*. Recuperado de <https://doi.org/10.32645/13906925.203>

El presente artículo científico está encaminado en verificar la producción del sector rural de la Parroquia de Maldonado, así como la comercialización actual en donde se llegó a comprobar que dichas comunidades son zonas frutícolas y que su producción básicamente está orientada al cultivo de mora y naranjilla.

Concluyendo que la oferta del sector de Maldonado es favorable para ser comercializada en el mercado porque cuenta con una producción de 4.294 kg semanalmente en lo que respecta a la mora de castilla y una producción de 37.993 kg mensualmente en lo que se refiere a la naranjilla híbrida (Realpe & Realpe, 2013).

La revista Sathiri aporta a la investigación porque se llegó a determinar que la Parroquia Maldonado cuenta con suelo y clima aptos para el cultivo de diversos productos entre ellos la naranjilla, contando además con grandes volúmenes de producción. De tal forma, que la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” se beneficie de esta materia prima para realizar la respectiva transformación, generando valor agregado y encaminado a la obtención de nuevos productos para que de esta manera se conserven más y sean de calidad.

#### **Antecedente N° 6**

Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmenete, R. (2016) Internacionalización de las pymes – Innovación para exportar. Santiago: *CEPAL*. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40737>

La presente investigación hace énfasis en fortalecer las capacidades de los organismos de promoción comercial de las pymes ya que es importante para llegar a mercados internacionales, pues muchas de ellas han logrado tener más posibilidades de exportar diversos productos por la innovación constante y dinámica que tienen. Además de que este es un factor decisivo para competir frente a otras empresas. También es necesario mencionar que muchas

pymes se enfrentan a diversas barreras al momento de su comercialización por lo tanto es necesario la preparación para poder afrontarlas (Frohmann, Mulder, Olmos, & Urmeneta, 2016).

El artículo de investigación es de gran relevancia porque se realiza un análisis sobre el comportamiento de las pymes en el mercado internacional, lo cual permite que la Asociación de estudio tenga en consideración que la innovación y preparación es clave para llegar a nuevos mercados. Implementando estrategias necesarias para diferenciarse ante la competencia, tomando en cuenta el uso de la tecnología como también la mano de obra calificada y de esta manera aproveche sus fortalezas, brindando productos nuevos de alta calidad.

#### **Antecedente N° 7**

Ruíz – Cedeño, S. (2016). El Sector Agroalimentario y su competitividad a partir de modelos asociativos. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 323-332. Recuperado de <http://www.scielo.com/>

Con el paso del tiempo los consumidores han ido incrementando sus exigencias en cuanto a productos de alta calidad, pues el modo de vida ha ido transformando el comportamiento alimenticio de los consumidores. Esto quiere decir, que la población demanda de diversidad de bienes alimentarios pero asociado también a los gustos, presentación, embalaje, y precio; señalando que este último factor es de más importancia porque hace referencia al poder adquisitivo de los consumidores (Ruíz - Cedeño, 2016).

El artículo científico sirve de guía para el trabajo investigativo dado que en la actualidad es necesario determinar el perfil del consumidor. Es decir, gustos y preferencias tomando siempre en cuenta el país o mercado potencial al cual se va a exportar, pues muchos de ellos exigen de gran calidad en los productos, garantizando la seguridad alimentaria de su población. Por otro lado, es necesario plantear buenas estrategias que se adecuen a las necesidades de los clientes para que se llegue a tener una gran aceptación.

#### **Antecedente N° 8**

Cedeño, j., & Cerón, O. (2018). Industrialización de frutas tropicales: impacto y desarrollo socioeconómico de los productores del cantón Flavio Alfaro – Ecuador. *Revista*

*Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-16. Recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2018/frutas-tropicales-ecuador.html>

La presente investigación hace énfasis en la demanda de frutas procesadas, en consideración de que en mercados internacionales se ha ido incrementando constantemente, especialmente en países desarrollados como Estados Unidos y Alemania porque ha facilitado la preparación de los mismos y ha permitido reducir tiempo.

A través de la industrialización de las diferentes frutas tropicales entre ellas la naranjilla, se logra mejorar la condición de vida de los pequeños y medianos agricultores, pues se conseguirá que la fruta se conserve mucho más tiempo, se obtendrá nuevas fuentes de empleo, se llegará a mejorar los ingresos económicos y se abrirán puertas para la exportación de productos con valor agregado que son demandados en grandes mercados (Cedeño & Cerón, 2018).

Ecuador tiene la gran fortuna de producir diversidad de frutas tropicales, por eso es importante que empresas gubernamentales apoyen a los pequeños agricultores como la Asociación “El Edén” para que no tenga escasa fabricación de productos con valor agregado y lleguen a incursionar en mercados extranjeros como Estados Unidos que es uno de los principales compradores. Es preciso mencionar que este país no cuenta con determinadas frutas por su condición climática o estacionalidad.

### **Antecedente N° 9**

Pachón, M. (2016). El marketing en las pymes. *Redalyc, II* (1), 49-55. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11634/11509>

En la actualidad el marketing es una herramienta indispensable para poder incursionar en nuevos mercados internacionales, gracias a que permita analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. Por tal razón, el marketing es vital no solo para el éxito de las pequeñas o medianas empresas, sino también para su existencia, ya que sin ella las organizaciones no podrían sobrevivir y tampoco conocer lo que el consumidor quiere o está buscando. (Pachón, 2016)

La presente investigación nos ayuda a determinar que el marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa, porque si una organización logra conocer y entender al cliente al cual se dirige, ofreciendo todos aquellos aspectos que busca, creará una fuerte relación con él y sus ventas aumentaran paulatinamente. Cabe mencionar que el marketing por lo general se relaciona con la publicidad, así como también con el diseño del producto, precio, distribución, etc. Además, la promoción es uno de los factores más importantes del marketing porque permite captar nuevos clientes, fidelizar a los existentes y aumentar la imagen de la marca.

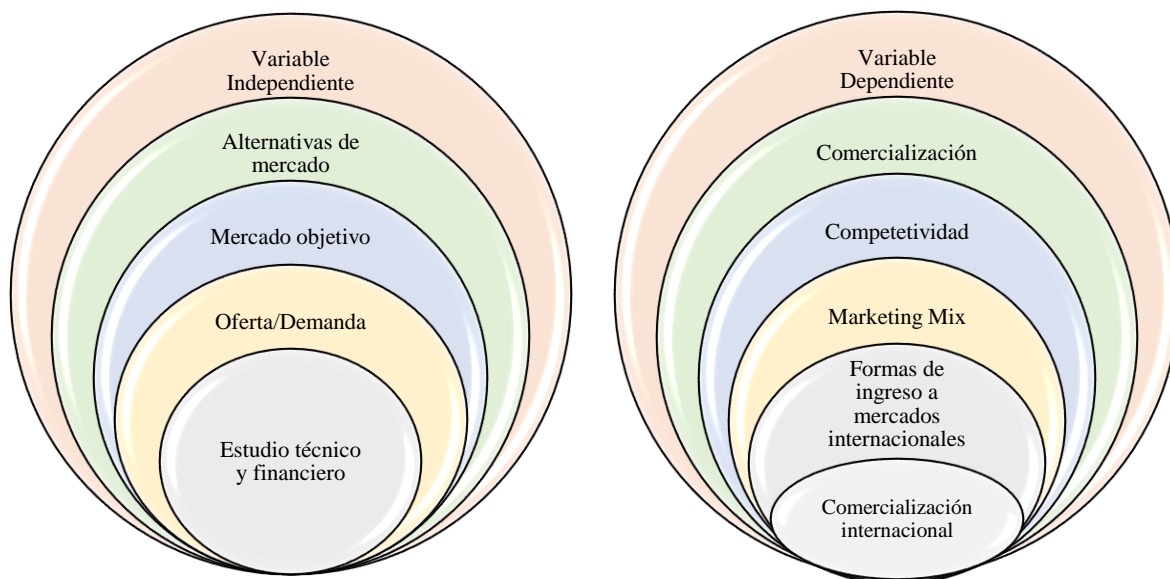
### **Antecedente N° 10**

Palacios, D., & Reyes, P. (2016). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Dominio de las Ciencias*, 2(1), 418-431. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/>

La creciente competitividad en los mercados internacionales, exige productos con alto valor agregado, por lo cual, continuar con un sistema de producción y exportación de materias primas deja de ser viable en el largo plazo. Un cambio en la matriz productiva mejorará la participación de los productos ecuatorianos en los mercados internacionales, es decir fomentar las exportaciones de productos nuevos o productos que incluyan mayor valor agregado como los productos no tradicionales. Además, que a través de ella se puede incrementar la demanda de compra pública con componentes ecuatorianos e incrementar la oferta de bienes y servicios de los encadenamientos productivos – MIPYMES (Palacios & Reyes, 2016).

El presente artículo científico es de gran importancia para el desarrollo de la investigación porque menciona que en mercados extranjeros demandan de bienes con valor agregado por su alto valor nutricional. Por tal razón, es que el cambio de matriz productiva ha permitido que tanto empresas y organizaciones diversifiquen sus productos con la finalidad de atraer nuevos segmentos de mercados meta, generando de esta manera oportunidades para los ecuatorianos para que emprendan en la exportación de nuevos productos.

## 2.2. MARCO TEÓRICO



*Figura 1.* Fundamentación conceptual, variable dependiente e independiente.

Se fundamenta bibliográficamente las variables de estudio tanto alternativas de mercados internacionales (variable independiente) y comercialización (variable dependiente) dando validez legal al presente tema, sustentándose en la pirámide de Hans Kelsen tomando en cuenta artículos esenciales tanto de la Constitución de la República del Ecuador como del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, manifestando lo siguiente:

La Constitución de la República del Ecuador (Const., 2008) afirma: En el Art. 306 que “El Estado promoverá las exportaciones ambientales responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, en particular a las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal” (art. 306).

Las pequeñas microempresas están amparadas bajo el presente artículo porque para poder comercializar determinados bienes en mercados internacionales es necesario la intervención de mayor mano de obra calificada, promoviendo de esta manera la elaboración y distribución de productos transformados, con el propósito de beneficiarse a través de la creación de fuentes de trabajo.

En el Art. 336 La Constitución la República del Ecuador (Const., 2008) afirma: “El estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados, fomentando de esta manera la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades. Es decir, velará por un comercio justo” (art. 336).

Pequeñas y medianas microempresas deben buscar un intercambio comercial equitativo tanto para fabricantes como para consumidores, velando por sus derechos y respetando siempre el medioambiente. Cabe recalcar que el comercio justo brinda una oportunidad para mejorar la situación comercial y la calidad de vida de los productores.

El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010) afirma: En el Art. 93 que el estado fomentará la producción orientada a las exportaciones. Art. 104. En el inciso a) facilitación al comercio exterior. Los procesos aduaneros serán rápidos, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la producción y la competitividad nacional (art. 104).

Los artículos antes mencionados son una base fundamental para los productores porque se centra en fomentar las exportaciones y en apoyar a las medianas como grandes empresas a que sean más eficientes y superen las expectativas del consumidor tanto a nivel nacional como internacional.

### **2.2.1. Teorías del comercio internacional**

En la presente investigación se ha tomado en cuenta teorías que distintos autores proponen con la finalidad de sustentar teóricamente la variable dependiente y la variable independiente. A continuación, se presenta el aporte teórico a la investigación.

David Ricardo, en su obra Principios de Economía Política y Tributación, publicada en el año 1817, gira en torno al concepto de la ventaja comparativa, que hace referencia a que el comercio internacional sea favorable para cada nación mediante la especialización de aquellos bienes que mejor saben hacer para su exportación. (Ricardo, 1817, p.143, citado por Riquelme, 2018)

De acuerdo con lo antes mencionado, se puede decir que Ecuador tiene una gran ventaja comparativa frente a otros países porque se ubica en una zona geográfica favorable, que le permite contar con excelentes condiciones climáticas y disponibilidad de recursos naturales que favorecen el cultivo de diversos frutales. Además de que son de alta calidad y sabor agradable, con mano de obra no tan costosa lo que hace que sean muy apetecidas en mercados internacionales.

Por lo tanto, la Asociación de Productores Agropecuario “El Edén” debe utilizar esta teoría a causa de que se caracterizan en tener un clima benéfico y suelo rico en nutrientes. Permitiendo de esta manera que se especialicen en comercializar aquellos bienes en los que son más productivos y con costos relativamente más bajos para sacar provecho de sus diferencias con los demás países.

Michael Porter, en su obra *Estrategia Competitiva*, publicada en el año 1980, gira en torno a la ventaja competitiva, que hace referencia aquel valor diferencial que posee una empresa respecto a otras empresas competidoras que la hace única. Y establece tres estrategias genéricas, ya sea a través de un liderazgo en costos, una diferenciación o un enfoque. (Porter, 1979, p. 81, citado por Gómez, 2019)

La ventaja competitiva se relaciona con la investigación porque a través de la estrategia de liderazgo en costos se busca principalmente obtener una mayor participación en el mercado y por consiguiente aumentar las ventas, esto implica ofrecer productos otorgando la mejor relación valor-precio. Es decir, ofrecer pulpa de naranjilla de la asociación “El Edén” de igual o mejor calidad que los de la competencia, pero a un menor precio, con la finalidad de obtener unos márgenes superiores.

La teoría del comercio internacional, encabezada por Paúl Krugman en el año 1979, se basa en las economías de escala donde se puede apreciar que, a mayores volúmenes de producción menores costos, facilitando de esta manera la oferta de productos, beneficiando a los consumidores. (Krugman, 1979, p. 42, citado por Ramírez, 2019)

Básicamente la nueva teoría del comercio internacional se relaciona con la presente investigación puesto que hace énfasis en mejorar el sistema productivo de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” a través de la tecnificación, con la finalidad de que sea mucho más competitivo en el mercado. También, esta teoría hace hincapié en que a mayor diferenciación entre países habrá un beneficio, pues cada uno de ellos elabora productos en los que posea mayor ventaja. En este caso la Asociación tiene la capacidad de producir naranjilla por factores antes expuestos, lo cual lleva a que se den productos de alta calidad para que sean comercializados en nuevos mercados y así se obtenga una utilidad que les permita mejorar las condiciones de vida.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque**

###### **3.1.1.1. Enfoque cualitativo**

Este enfoque es más de calidad y recopilación de datos narrativos así mediante la información genera ideas claras y precisas sobre el tema a investigar, por ello a juicio de los autores Ugalde y Balbastre (2015) afirman: “El enfoque cualitativo ayuda a esclarecer los resultados obtenidos en las investigaciones cuantitativas o a generar teorías en campo poco explorados” (p.3).

De acuerdo con lo antes mencionado se procedió a recolectar datos internos de la Asociación “El Edén”, identificando sus fortalezas y debilidades, al igual que permite identificar las características y los beneficios de la pulpa de naranjilla. Y en el caso del entorno externo se analizó el comportamiento del mercado demandante con la finalidad de determinar los gustos y preferencias del consumidor final, los canales de distribución y los respectivos requisitos para la exportación.

###### **3.1.1.2. Enfoque cuantitativo**

“El enfoque cuantitativo busca realizar inferencias a partir de una muestra hacia una población, evaluando para ellos la relación existente entre aspectos o variables de las observaciones de dicha muestra” (Ugalde y Balbastre, 2015, p.2).

Mediante el enfoque cuantitativo se recolectó datos estadísticos relacionados a la oferta exportable y la demanda insatisfecha de pulpa de naranjilla. De la misma manera, se recopiló información sobre la producción y análisis de los factores de la matriz POAM, con la finalidad de determinar el mercado objetivo. Además, se analizaron datos financieros que permitieron evaluar económicamente a la microempresa., cabe recalcar que para la recolección de información cuantitativa fueron necesarios instrumentos como la encuesta y la entrevista.

### **3.1.2. Tipo de Investigación**

#### **3.1.2.1. Investigación de Acción**

La investigación de acción se centra en dar soluciones a las problemáticas existentes en diferentes áreas, con el propósito de contribuir a la mejora de la misma (Cuayal, 2019).

Mediante la investigación cualitativa se pretende dar solución al problema que presenta la Asociación “El Edén” como es la falta de recursos económicos y respectivas capacitaciones que no les permiten determinar el mercado objetivo que demanda de pulpa de naranjilla y mejorar las prácticas que se manejan en la actualidad, como es la producción, con el propósito de aportar información necesaria que sirva de guía en la toma de decisiones en cuanto a lo que se refiere a la solución del problema y llevar a cabo mejoras tanto en los procesos de comercialización y elaboración del producto de estudio.

#### **3.1.2.2. Investigación descriptiva**

“La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere” (Benassini, 2016, p.13).

Se emplea esta investigación para describir las variables de estudio tanto alternativas de mercados internacionales como comercialización, con el objetivo de tener un conocimiento más amplio acerca de ellas. Asimismo, permite identificar el entorno interno de la asociación en los procesos de elaboración, producción y comercialización. De igual manera el entorno externo porque permite describir la distribución física internacional y determina los gustos y preferencias de los consumidores en el país de destino.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

El estudio de factibilidad permitirá que la Asociación de Productores Agropecuaria El “Edén” de la Parroquia Maldonado, Provincia del Carchi, logre comercializar pulpa de naranjilla en los mercados internacionales.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

*Tabla 1.* Operalización de la Variable Dependiente.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p><b>Comercialización de pulpa de naranjilla</b></p> <p>“Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios las cuales son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (Mendoza, 2017, p.1).</p>	<p><b>ENTORNO</b></p>	Factores Socioeconómicos	Documental	Ficha Bibliográfica 001 Ficha Bibliográfica 002 Ficha Bibliográfica 003
		Factores Políticos	Documental	Ficha Bibliográfica 001 Ficha Bibliográfica 002 Ficha Bibliográfica 003
		Factores Legales	Documental	Ficha Bibliográfica 001 Ficha Bibliográfica 002 Ficha Bibliográfica 003
		Factores Geográficos	Documental	Ficha Bibliográfica 001 Ficha Bibliográfica 002 Ficha Bibliográfica 003
		Factores Culturales	Documental	Ficha Bibliográfica 001 Ficha Bibliográfica 002 Ficha Bibliográfica 003
		Canales de distribución	Documental	Datos secundarios: Páginas web, revistas comerciales
	<b>MERCADO</b>	Producto	Documental	Datos secundarios Páginas web, revistas comerciales

*Fuente:* Herrera, Medina, & Naranjo (2008)

**Tabla 2.** Operalización de la Variable Independiente.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>  <b>Alternativas de mercados internacionales.</b>  “Es una actividad que por lo general se lleva a cabo justo antes de lograr algún proyecto para medir la viabilidad del mismo, así como su rentabilidad antes de salir definitivamente al mercado” (Nuño, 2017, p.3).	<b>PRODUCTO</b>	Características del producto	Entrevista	Formulario 001	
		Costo de producción	Entrevista	Formulario 001	
		Precio	Documental	Datos secundarios Páginas web, revistas comerciales	
	<b>OFERTA</b>	Principales países exportadores del producto	Documental	Datos secundarios Páginas web, revistas comerciales	
			Indicadores económicos del Ecuador	Documental	Ficha bibliográfica 004
			Capacidad de producción de la Asociación	Entrevista Encuesta	Formulario 001 Formulario 001
		Estudio financiero	Entrevista	Formulario 001	
		<b>DEMANDA</b>	Principales países importadores del producto	Entrevista	Formulario 002
			Demanda insatisfecha	Documental	Datos secundarios Páginas web, revistas comerciales
	Segmentación del mercado		Documental	Datos secundarios Páginas web, revistas comerciales	
	Estudio técnico	Entrevista Observación	Formulario 001 Ficha de observación 001		

**Fuente:** Herrera, Medina, & Naranjo (2008)

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

#### 3.4.1. Población y muestra de la empresa

Para obtener información relevante en cuanto a la investigación se ha tomado a cierta población objeto de estudio, en este caso se aplicó la entrevista a expertos de diferentes instituciones de la provincia del Carchi como son Pro Ecuador, Agrocalidad, GAD de la Provincia del Carchi, Ministerio de Agricultura y Ganadería. Además de la entrevista ejecutada al presidente de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” y por otra parte la encuesta a los 45 asociados de la misma. A continuación, en la tabla 3 se puede corroborar un poco más acerca de este grupo de expertos.

*Tabla 3.* Grupo de expertos.

ENTIDAD	NOMBRE	CORREO	TELÉFONO
<b>Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”</b>	Sr. Henry Pozo Presidente	asoeden1@gmail.com	0984003074
<b>(PROECUADOR) Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.</b>	Ing. Oscar Ruano Especialista sectorial zona 1	oruanoo@proecuador.gob.ec	0987660537
<b>Agrocalidad</b>	Ing. Edwin Reina Analista de sanidad vegetal	edwin.reina@agrocalidad.gob.ec.	062 983 987
<b>GAD de la Provincia del Carchi.</b>	Ing. Joffre Morillo Promotor de emprendimientos productivos	joffre.morillo@carchi.gob.ec.	0989899425
<b>(MAG) Ministerio de Agricultura y Ganadería.</b>	Ing. Darwin Rueda Agrónomo	darwinrueda@mag.gob.ec	0983755183

*Fuente:* Investigación (2019)

#### 3.4.2. Población y muestra del país destino

En cuanto a la población y muestra del mercado internacional se usó el método probabilístico, a través de la aplicación de encuestas en la plataforma virtual de Google Forms a personas de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Houston – Texas en virtud

de que son quienes tienen un trabajo estable, así como también estas personas son conscientes en el consumo de productos saludables y cuentan con suficientes recursos para adquirirlos. Igualmente, se obtuvo información mediante el Consulado de Ecuador en Houston (ver anexo 11) y de la Universidad Estatal de Tarleton (ver anexo 12), con el propósito de conocer el nivel de aprobación que tendrá la pulpa de naranjilla.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

**Fórmula:**

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

**Dónde:**

**Tabla 4.** Muestra

		<b>94%</b>
<b>Z</b>	Nivel de significancia	1,881
<b><math>\sigma</math></b>	Desviación estándar	0,5
<b>e</b>	Nivel de error	0,06
<b>N</b>	Población en estudio	1.646.799
<b>N</b>	Tamaño de la muestra	<b>246</b>

*Fuente:* Hernández, Fernández y Baptista (2014)

**Cálculo:**

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{1646799 (0,5)^2 (1,881)^2}{(1646799 - 1) * (0,06)^2 + (0,5)^2 * (1,881)^2}$$

$$n = \frac{1049973,159}{4274,17814}$$

$$n = 245.65$$

$$n = 246$$

Mediante el método probabilístico aleatorio simple se procedió a realizar el cálculo de la muestra porque permite seleccionar al azar determinadas personas de la PEA que consumen pulpa de naranjilla en Houston - Texas, de esta manera se obtuvo un total de 246 encuestas.

### 3.4.3. Técnicas para la recolección de datos

A continuación, en la tabla número 5 se presentan las técnicas que se utilizaron para realizar la respectiva recolección de datos, con la finalidad de sustentar el presente proyecto de investigación.

**Tabla 5.** Técnicas para la recolección de datos.

Técnicas o instrumentos	Características
Entrevista	Se llevó a cabo la entrevista al señor Henry Pozo presidente de la Asociación “El Edén”, con la finalidad de obtener información relevante acerca de la capacidad de producción, maquinaria, elaboración y comercialización de pulpa de naranjilla.
Encuesta	Se aplicó el cuestionario a los 45 socios de “El Edén” para obtener información acerca de la inversión, hectáreas, calidad y tipo de naranjilla.
Fichas bibliográficas	Las fichas bibliográficas se las utilizó al momento de recolectar datos para cada país con el propósito de desarrollar la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM).
Datos secundarios	Se utilizaron fuentes confiables que sirvieron de guía para validar el estudio de las variables como páginas web, informes finales, artículos científicos, revistas entre otras.
Observación	La ficha de observación se aplicó en la planta de producción de la Asociación “El Edén” con la finalidad de desarrollar el estudio técnico, determinando la distribución de la planta, la maquinaria, los procesos de producción y comercialización.
Entrevista	Se realizó entrevistas a personas expertas como: Pro Ecuador, Agrocalidad, GAD de la Provincia del Carchi, Ministerio de Agricultura y Ganadería. Recabando información de la comercialización, programas de apoyo, mercados potenciales para la exportación, así como también los requisitos y certificaciones necesarias.
Encuesta	Se aplicó el cuestionario vía online a posibles consumidores de pulpa de naranjilla de Houston - Texas para obtener información sobre la frecuencia, forma de consumo, presentación de envase, precio, medios publicitarios, entre otros.

*Fuente:* Hernández, Fernández y Baptista (2014)

### 3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

El análisis estadístico se basa en la recolección de datos cualitativos y cuantitativos tomando en cuenta la entrevista ejecutada al presidente de la Asociación “El Edén” y a los representantes de las diferentes instituciones quienes tienen contacto directo con productos

agrícolas y con la exportación de los mismos. De igual manera, se realizó la encuesta a los socios de “El Edén” con el objetivo de recopilar información relevante para la investigación y se aplicó la encuesta a los posibles consumidores de pulpa de frutas de la ciudad de Houston.

### 3.6. IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

A través del levantamiento de información se recopiló datos estadísticos que permiten identificar a los tres principales países importadores y exportadores de pulpa de frutas desde Ecuador y el mundo. También, se analizó a cada uno de estos países a través de los factores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, geográficos y culturales con el propósito de decidir cuál de ellos presenta una alta alternativa de mercado para la comercialización de pulpa de naranjilla, tomando en consideración las toneladas exportadas desde el año 2014 hasta el año 2018.

Antes de ello es importante establecer la partida arancelaria de la pulpa de naranjilla con el propósito de determinar la comercialización, el porcentaje de producción, así como también si el país de destino cuenta con preferencias arancelarias. (Ver anexo 14)

**Tabla 6.** Clasificación Arancelaria.

Clasificación Arancelaria		
<b>Sección:</b>	II	Productos del reino vegetal
<b>Capítulo:</b>	08	Frutas y frutos comestibles; corteza de agrios (cítricos), melones o sandías.
<b>Partida:</b>	0811	Frutas u otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
<b>Subpartida:</b>	081190	- Los demás.
<b>Fracción:</b>	08119099	Los demás.

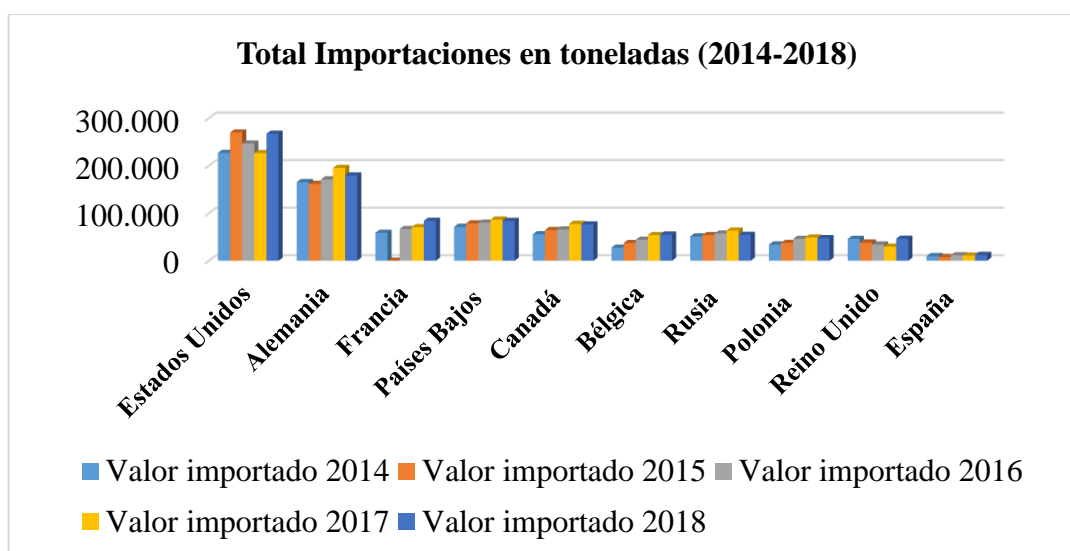
*Fuente:* COMEX (2017), Agrocalidad (2019)

Con el fin de establecer el posible mercado meta, se detalla la lista de los principales países importadores de pulpa de fruta a nivel mundial según datos establecidos por Trade Map desde el año 2014 hasta el año 2018, la información respectiva se la obtuvo mediante la partida y subpartida arancelaria.

**Tabla 7.** Lista de los principales países importadores de pulpa de fruta a nivel mundial (Ton)

IMPORTADORES	Cantidad importada 2014	Cantidad importada 2015	Cantidad importada 2016	Cantidad importada 2017	Cantidad importada 2018
Estados Unidos	226.991	269.683	246.607	226.298	267.107
Alemania	165.362	161.710	171.193	195.158	179.491
Francia	58.810	-	66.653	70.635	84.032
Países Bajos	71.402	78.735	80.216	86.587	83.798
Canadá	55.713	64.638	65.892	77.521	76.304
Bélgica	27.714	37.321	44.191	53.962	55.129
Rusia	51.151	53.850	57.228	63.368	54.396
Polonia	34.153	37.565	45.928	48.844	47.550
Reino Unido	45.954	38.247	34.169	29.722	46.382
España	9.814	7.890	11.658	10.784	12.250

*Fuente:* Trade Map (2019)



**Figura 2.** Principales países importadores de pulpa de fruta a nivel mundial en toneladas

*Fuente:* Trade Map (2019)

De acuerdo con los datos obtenidos de las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Trade Map (2019), los principales países importadores a nivel mundial de frutas u otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados incluso con adición de azúcar u otro edulcorante según la partida arancelaria 081190 son Estados Unidos, Alemania y Francia, puesto que son países que indistintamente presentan un nivel de valor importado en miles de dólares americanos superior al de los otros países desde el año 2014 hasta el año 2018.

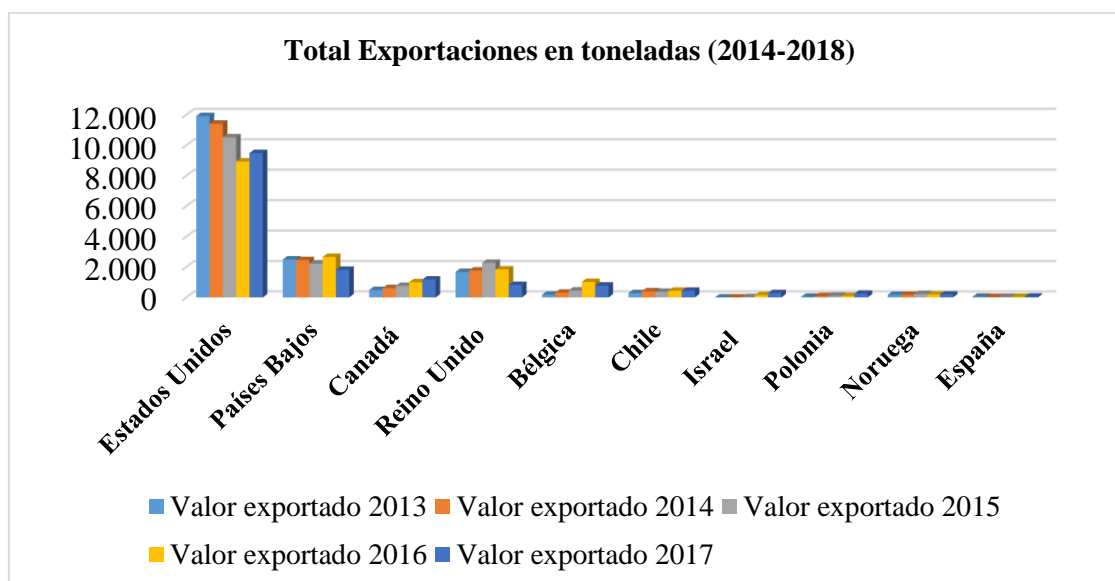
De igual forma se puede analizar a través de esta herramienta Trade Map (2019) que Estados Unidos tiene una participación en las importaciones mundiales del 17%, seguidamente se encuentra Alemania con una participación del 11,2% y por último está Francia con una participación de 6,8%.

A continuación, se detalla la lista de los principales países importadores de pulpa de fruta desde Ecuador según datos establecidos por Trade Map en el año 2014 hasta el año 2018, con el propósito de determinar el posible mercado meta.

**Tabla 8.** Principales países importadores de pulpa de frutas desde Ecuador (Ton)

IMPORTADOR	Cantidad importada 2014	Cantidad importada 2015	Cantidad importada 2016	Cantidad importada 2017	Cantidad importada 2018
Estados Unidos	11.918	11.417	10.524	8.933	9.485
Países Bajos	2.499	2.458	2.224	2.662	1.818
Canadá	486	611	755	1.000	1.178
Reino Unido	1.674	1.766	1.276	1.843	818
Bélgica	182	316	454	1.020	777
Chile	283	404	367	438	440
Israel	-	-	20	147	285
Polonia	44	88	110	88	244
Noruega	168	168	216	192	192
España	49	28	38	39	56

*Fuente:* Trade Map (2019)



**Figura 3.** Principales países importadores de pulpa de fruta desde Ecuador.

*Fuente:* Trade Map (2019)

De acuerdo con las estadísticas proporcionadas en la figura 3 se demuestra que Estados Unidos y Países Bajos son los principales países importadores de pulpa de fruta exportada desde Ecuador, de igual forma se toma en cuenta a España por el acuerdo multipartes que se tiene con la Unión Europea y por la entrevista ejecutada al Ingeniero Oscar Ruano especialista sectorial en el que nos menciona que es necesario basarse en la Guía de Agrocalidad (ver anexo 14) y determinar los países a los cuales se puede exportar la pulpa de naranjilla tomando siempre en cuenta los requisitos o requerimientos que tiene cada uno de ellos.

Por tal razón, Estados Unidos, Países Bajos y España son tomados en cuenta como parte del análisis para encontrar el mercado objetivo y demandante para la comercialización de pulpa de naranjilla por parte de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” de la Parroquia Maldonado, Provincia del Carchi. Y con la finalidad de obtener el mayor nivel de oportunidades, se estudiarán los factores externos de cada uno de los países antes mencionados.

### **3.6.1. Análisis situacional externo de los países seleccionados.**

A través del análisis situacional externo se puede determinar el mercado óptimo para realizar la comercialización internacional de pulpa de naranjilla de la Asociación en estudio, a causa de que se identifica factores socioeconómicos (PIB, PIB per cápita, inflación, balanza comercial, tipo de cambio), políticos (política comercial, riesgo comercial), legales (barrera arancelarias y no arancelarias), geográficos (localización, índice de desempeño logístico), demográficos (Población Económicamente Activa) y culturales (idioma) de los principales países elegidos y al finalizar en la Matriz POAM se decide cuál de ellos presenta la mejor oportunidad de mercado.

#### **3.6.1.1. Factores socioeconómicos**

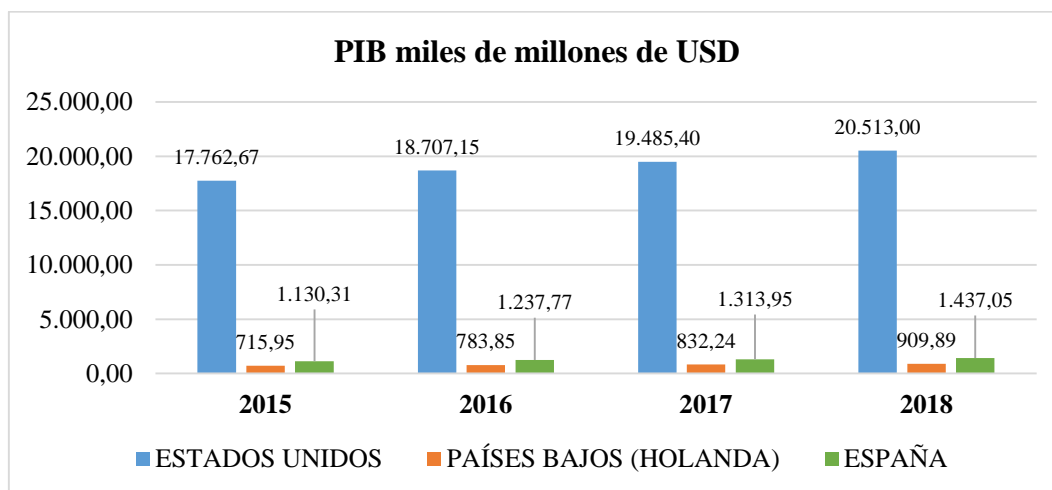
##### **3.6.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)**

“Determina el poder económico en el que se encuentra un país, si cada año desarrolla o reduce riqueza. Además, calcula la producción en bienes y servicios que se realizó en un periodo determinado en las fronteras de un país” (Asobancaria, 2013, p.1). A continuación, se observa el crecimiento del PIB de cada uno de los países de estudio.

**Tabla 9.** PIB a precios actuales, expresado en (Miles de millones de USD)

PAÍS	AÑOS			
	2015	2016	2017	2018
ESTADOS UNIDOS	17.762,67	18.707,15	19.485,40	20.513,00
PAÍSES BAJOS	715,95	783,85	832,24	909,9
ESPAÑA	1.130,31	1.237,77	1.313,95	1.437,05

*Fuente:* Santander Trade (2019)



**Figura 4.** Producto Interno Bruto (PIB)

*Fuente:* Santander Trade (2019)

Tomando en consideración los valores obtenidos en Santander Trade desde el año 2015 hasta el año 2018, se puede observar en la figura 4 que Estados Unidos presenta un alto porcentaje de crecimiento de su PIB en comparación con Holanda y España. Esto se debe a que es un país altamente industrializado y su economía ha pasado de 1,6% en el año 2015 a 2,9% en el año 2018, de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (2018), esto se determina por ciertos componentes como por ejemplo los gastos por parte del consumidor, el gasto del gobierno y las exportaciones e importaciones lo cual genera oportunidades para un producto exportado por Ecuador.

En cambio, Holanda presenta una variación constante de su PIB con un crecimiento de 2,8% para el último año, la recuperación de la economía holandesa se debe tanto a la demanda interna como externa y a las inversiones de negocios. Además, de que su economía es dinámica lo que genera un aumento de fuentes de empleo provocando de esta manera un mayor ingreso (Santander Trade, 2019). España mantiene una economía equilibrada en los últimos cuatro años estimando una tasa de 2,7% para el año 2018 de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional. En este país la agricultura emplea al menos 4% de la fuerza laboral y aporta alrededor del 2,6% del PIB.

Al evidenciar y comparar el crecimiento del Producto Interno Bruto desde los años 2015 – 2018 de los países de estudio, Estados Unidos es el país con mejor oportunidad de mercado dado a que muestra porcentajes altos, siendo favorable para la investigación.

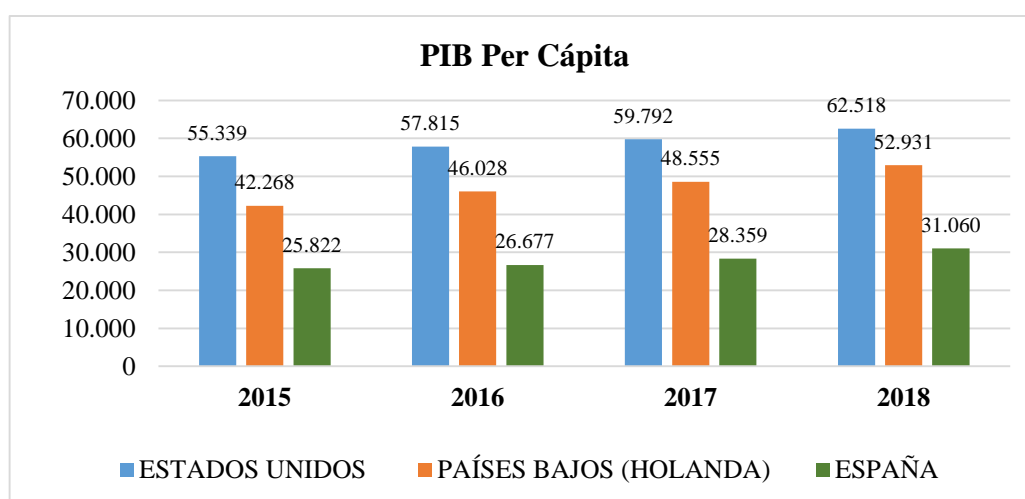
### 3.6.1.1.2. PIB Per Cápita

“Es un indicador que permite determinar el nivel de bienestar de un país, su función principal es estimar la riqueza económica del mismo, muchas veces se lo relaciona con las condiciones de vida que tienen los habitantes de una nación” (Más, 2015, p.2).

**Tabla 10.** PIB per cápita expresado en USD.

PAÍS	AÑOS			
	2015	2016	2017	2018
ESTADOS UNIDOS	55.339	57.815	59.792	62.518
PAÍSES BAJOS	42.268	46.028	48.555	52.931
ESPAÑA	25.822	26.677	28.359	31.060

*Fuente:* Santander Trade (2019)



**Figura 5.** PIB. Per Cápita (USD)

*Fuente:* Santander Trade (2019)

Como se observa en la figura 5 el PIB per cápita con mayor renta es el de Estados Unidos en vista de que tiene un incremento del 13% desde el año 2015 hasta el año 2018. Este país mantiene una alta capacidad de compra y sus habitantes cuentan con la mejor calidad de vida.

De igual manera el PIB per cápita de Holanda ha mantenido un crecimiento constante esto se debe a la participación de sus empresas en los diferentes mercados, y España mantiene una tendencia de crecimiento lo cual genera que sus ingresos sean rentables. Es por ello que las personas tienden a gastar más y de esta manera permite exportar bienes a este país ofreciendo a Ecuador altas oportunidades en la demanda del producto.

De acuerdo con lo antes mencionado Estados Unidos, Holanda y España muestran un nivel de calidad de vida favorable generando de esta manera oportunidades de ingresos a dichos mercados.

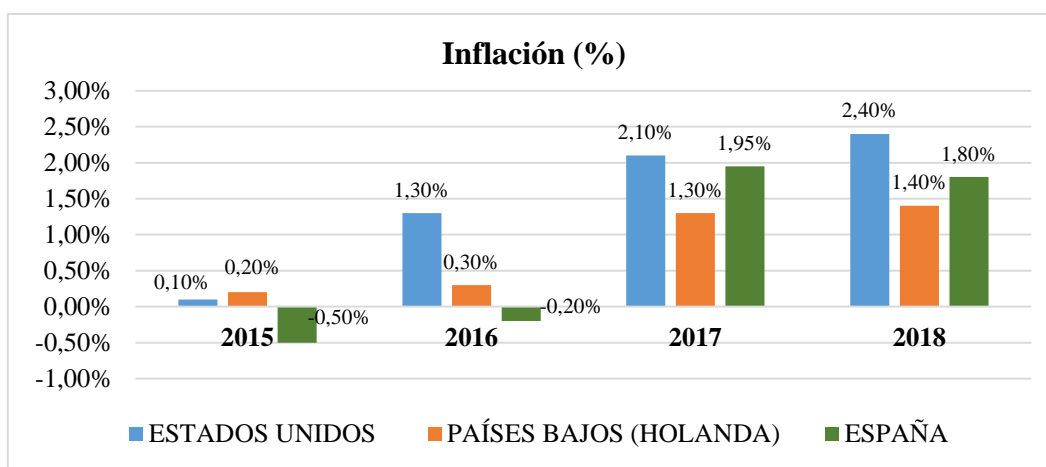
### 3.6.1.1.3. Inflación

Es un indicador que permite determinar el incremento de los precios de los bienes y servicios, es decir entre mayor sea la tasa de inflación de un país menos bienes pueden adquirir los consumidores porque afecta la capacidad de compra, en cambio una baja inflación incentiva la inversión (Fernández, 2017).

**Tabla 11.** Inflación precios al consumidor (% anual)

PAÍS	AÑOS			
	2015	2016	2017	2018
ESTADOS UNIDOS	0,1%	1,3%	2,1%	2,4%
PAÍSES BAJOS	0,2%	0,3%	1,3%	1,4%
ESPAÑA	-0,5%	-0,2%	1,95%	1,8%

*Fuente:* Banco Mundial (2019)



**Figura 6.** Inflación precios al consumidor (% anual)

*Fuente:* Banco Mundial (2019)

Se observa en la figura 6 que España muestra valores porcentuales más bajos en vista de que desde el año 2015 hasta el año 2018 no sube del 2%, por ello este país es considerado como atractivo ya que al existir una baja inflación el poder adquisitivo es favorable, y las personas pueden adquirir mayor cantidad de productos a un costo menor que sean accesibles para el consumidor en lo referente a productos de las canastas de bienes y servicios, incentivando de esta manera la inversión. Por otro lado, Holanda presenta un índice de precios relativamente bajo, pero con un incremento progresivo en relación con el año anterior, en cambio Estados Unidos cuenta con altas tendencias de inflación.

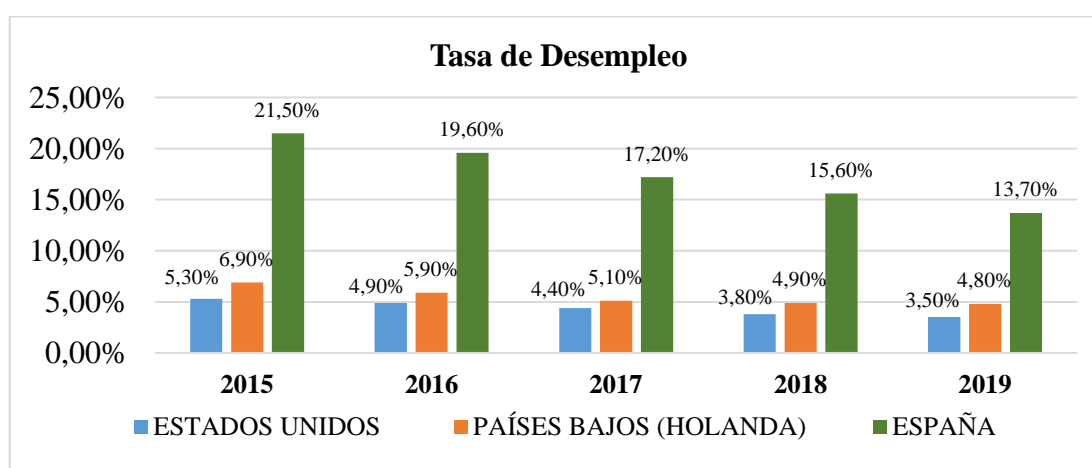
### 3.6.1.1.4. Tasa de desempleo

“Es el número de habitantes desocupados dividido para la PEA, estableciendo que esta es la población en edad de trabajar o tienen una ocupación en la que producen bienes económicos o bien sin tenerla la buscan activamente” (Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI], 2017, p.37). Este indicador tiene la finalidad de conocer cuál de los países estudiados posee una economía más estable, además de que determina las condiciones del mercado laboral.

**Tabla 12.** Tasa de desempleo (% de la población activa total)

PAÍS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
ESTADOS UNIDOS	5,3%	4,9%	4,4%	3,8%	3,5%
PAÍSES BAJOS	6,90%	5,90%	5,10%	4,90%	4,80%
ESPAÑA	21,5%	19,6%	17,2%	15,6%	13,7%

*Fuente:* Banco Mundial (2019)



**Figura 7.** Tasa de desempleo

*Fuente:* Banco Mundial (2019)

En la figura 7 se puede observar que la tasa de desempleo de Estados Unidos se redujo de 4,4% a un 3,8% en el año 2018 alcanzando una cifra mínima en los últimos años, en vista del constante crecimiento de fuentes de trabajo principalmente en el sector de transporte y almacenaje. En cambio, la tasa de desempleo de Holanda desde el año 2015 bajo después de un máximo del 7% a 4,9% para el año 2018 y de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (2018), estas cifras deberían mantenerse sin cambios en los próximos años.

En cuanto a España la tasa de desempleo ha disminuido, pero sigue siendo alta en comparación con Estados Unidos y Países Bajos dado que el desempleo para el año 2018 fue de 15,6%, lo cual denota que no mantiene una estabilidad, pero como se observa en el paso de los años la tasa de desempleo ha ido decreciendo notablemente.

### 3.6.1.1.5. Balanza Comercial

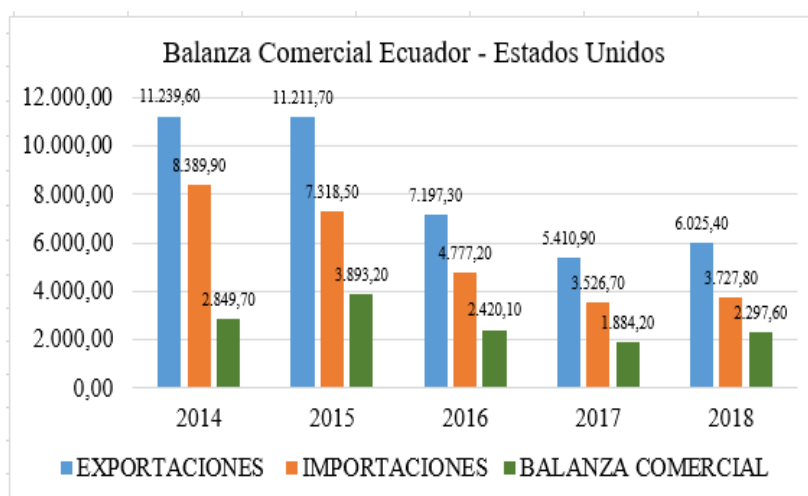
Tabla 13. Balanza Comercial (Millones de USD)

#### BALANZA COMERCIAL

##### ESTADOS UNIDOS



Ecuador mantiene una balanza comercial positiva con Estados Unidos, en consideración de que las exportaciones alcanzaron \$6.025,40 millones de dólares y las importaciones \$3.727,80 millones de dólares para el año 2018 obteniendo un superávit comercial de \$2.297,6 millones de dólares.

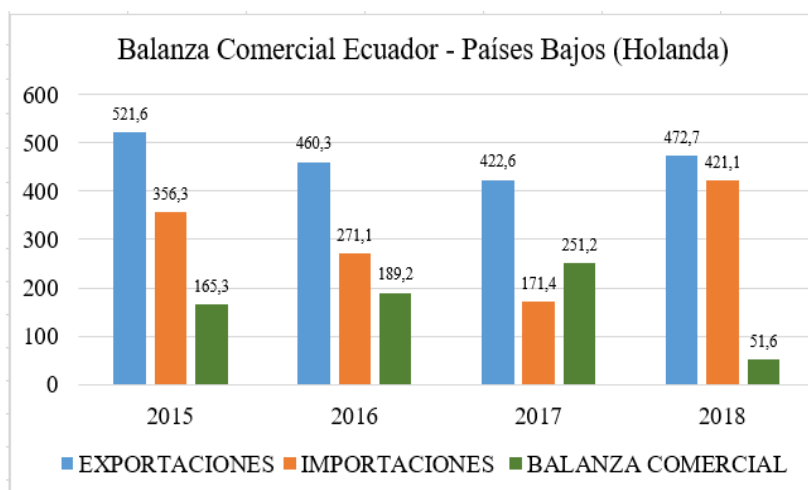


Fuente: Pro Ecuador (2019)

##### PAÍSES BAJOS



La balanza comercial entre Ecuador y Países Bajos se ha mantenido positiva en consideración de que se realiza mayor número de exportaciones que de importaciones, obteniendo para el año 2018 un saldo comercial de \$51,6 millones de dólares.

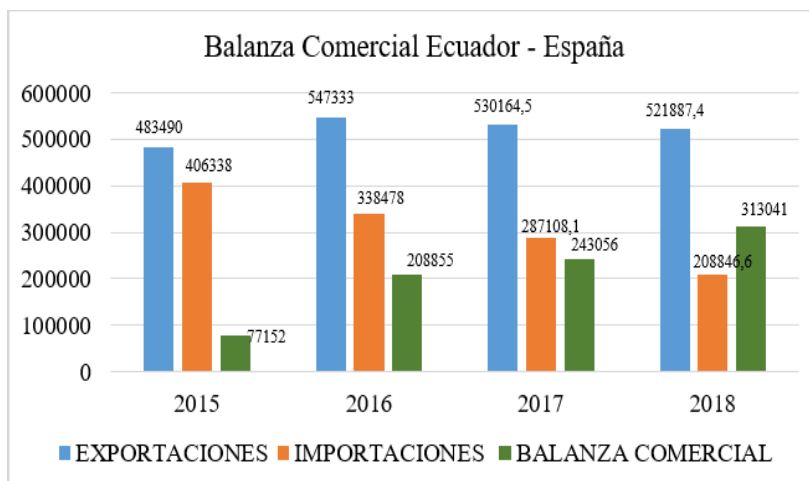


Fuente: Pro Ecuador (2019)

## ESPAÑA



La balanza comercial para Ecuador y España es positiva debido a que se realiza mayor número de exportaciones alcanzando \$521.887,4 millones de dólares y las importaciones \$208.846,6 millones de dólares para el año 2018 obteniendo un superávit comercial de \$313.040,8 millones de dólares.



*Fuente:* Pro Ecuador (2019)

*Fuente:* Pro Ecuador (2019)

“Este indicador determina la política del gobierno en relación con el comercio internacional, conociendo el valor monetario de las exportaciones y de las importaciones, reflejando de esta manera si la balanza comercial es favorable o presenta un superávit comercial” (Cárdenas, 2015, p.8). Para el análisis de la tabla se puede apreciar que Estados Unidos, Países Bajos y España tienen un déficit comercial esto se debe a que las importaciones son mayores que las exportaciones.

### 3.6.1.1.6. Tipo de cambio

El tipo de cambio es un indicador que favorece el comercio internacional, permite la conversión de la moneda de los diferentes países como también diferenciar los precios de los bienes y servicios de cada uno de ellos (Iciredim, 2018).

**Tabla 14.** Tipo de cambio

TIPO DE CAMBIO		
ESTADOS UNIDOS	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA
USD	USD-EUR	USD-EUR
AÑO 2019: 1 USD	AÑO 2019: 1 USD = 0,85 EUR	AÑO 2019: 1 USD = 0,85 EUR

*Fuente:* OANDA (2019)




Como se puede observar en la tabla número 14 los países de Holanda y España manejan el euro con una variación del 0,49% que no es tan elevado, pero Estados Unidos puede ser una alternativa para comercializar pulpa de frutas a causas de que Ecuador maneja la misma moneda.

### 3.6.1.2. Factores políticos

#### 3.6.1.2.1. Política Comercial

Este indicador permite determinar las restricciones que maneja cada país, con la finalidad de que se puedan establecer relaciones comerciales con el resto del mundo, regulando de esta manera las importaciones y exportaciones para fortalecer el progreso del mercado interno.

*Tabla 15.* Acuerdos Comerciales Vigentes

PAÍS	ACUERDOS COMERCIALES
<p><b>ESTADOS UNIDOS</b></p> 	Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)
<p><b>PAÍSES BAJOS</b></p> 	Acuerdo Comercial Multipartes con la (UE)
<p><b>ESPAÑA</b></p> 	Acuerdo Comercial Multipartes con la (UE)

*Fuente:* Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador (2019)

Se toma en cuenta los acuerdos comerciales que tiene Ecuador con los tres países en estudio. En este caso Estados Unidos mantienen el acuerdo del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que beneficia a las empresas exportadoras, dado que sus productos ingresan con cero aranceles o reducción de las tasas arancelarias. De igual manera “la Unión Europea

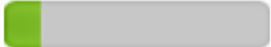

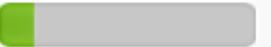
cuenta con convenios que permite la exoneración de pago de aranceles, significando un progreso representativo para ambas partes que fortalecen el desarrollo integral de las relaciones bilaterales” (Steen & Saurenbach, 2017, p.5).

Entonces se puede decir que Ecuador mantiene acuerdos comerciales favorables tanto con Estados Unidos y la Unión Europea permitiendo de esta manera que los exportadores ecuatorianos alcancen el beneficio de las preferencias arancelarias con cero aranceles en el ingreso de determinados productos.

### 3.6.1.2.2. Riesgo Comercial

Según La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación afirma: “El riesgo comercial es el diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales que afecta a las operaciones de comercio e inversiones en el exterior” (CESCE, 2019, párr.1). Este factor ayuda a determinar si es un país óptimo para la inversión extranjera.

Tabla 16. Riesgo país.

ESTADOS UNIDOS	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA
		
<b>Situación Política:</b> Muy estable	<b>Situación Política:</b> Muy estable	<b>Situación Política:</b> Muy estable
<b>Economía interna</b>	<b>Economía interna</b>	<b>Economía interna</b>
<b>Estado:</b> Regular	<b>Estado:</b> Regular	<b>Estado:</b> Regular
<b>Evolución:</b> Estable	<b>Evolución:</b> Estable	<b>Evolución:</b> Positiva
<b>Economía externa</b>	<b>Economía externa</b>	<b>Economía externa</b>
<b>Estado:</b> Desfavorable	<b>Estado:</b> Favorable	<b>Estado:</b> Favorable
<b>Evolución:</b> Estable	<b>Evolución:</b> Estable	<b>Evolución:</b> Positiva

Fuente: CESCE (2019)

Como podemos observar en la tabla 16 Estados Unidos y Holanda mantienen una economía interna y externa estable, esto se debe a su política fiscal expansiva, en cuanto a España su política interna y externa se mantienen positivas debido a la disposición que tienen los inversionistas internacionales de asumir riesgos. Los países de estudio no cuentan con riesgo comercial ni político a consecuencia de que el riesgo es calificado como bajo y esto es un factor importante porque permite promover la inversión extranjera, captar nuevas divisas y llevar a cabo una negociación a nivel internacional.

### 3.6.1.3. Factores legales

#### 3.6.1.3.1. Barreras arancelarias

“Son impuestos que deben pagar tanto importadores como exportadores en las aduanas de ingreso y salida de las mercancías de determinado mercado, con la finalidad de salvaguardar la industria nacional y equilibrar la balanza comercial” (Sarquis, 2015, párr.5).

*Tabla 17.* Barreras arancelarias.

PAÍS	SUBPARTIDA S. A	DESCRIPCIÓN	AD VALOREM
ESTADOS UNIDOS	081190	Frutas u otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	0%
PAÍSES BAJOS	081190	Frutas u otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	0%
ESPAÑA	081190	Frutas u otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	0%

*Fuente:* Organización Mundial del Comercio (2019), Comisión Europea (2019)

El mercado de Holanda y España por ser miembros de la Unión Europea generan un resultado factible, porque existen preferencias arancelarias a las importaciones del 0% a determinados productos agrícolas y a ciertos productos industriales ecuatorianos. También, se presenta una factibilidad de comercialización con el mercado de Estados Unidos por formar parte del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), este indicador determina que los tres países son favorables para la exportación.

#### 3.6.1.3.2. Barreras no arancelarias

Son barreras que obstaculizan el libre ingreso de mercancías a una nación, son impuestas por el gobierno con el propósito de que los productos que ingresen cumplan con todos los reglamentos, de manera que permitan salvaguardar la industria nacional.

Tabla 18. Barreras no arancelarias.

## BARRERAS NO ARANCELARIAS

### ESTADOS UNIDOS



En el país existen entidades como la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y la Agencia de Protección Ambiental (EPA) que instituyen procedimientos de control en el cumplimiento de las leyes federales para proteger la salud humana, de igual manera determinan los requisitos que deben cumplir los alimentos para que puedan ser comercializados en este país.

Las mercancías enviadas a Estados Unidos deben estar acompañadas de los siguientes documentos:

- Certificado de origen (opcional)
- Factura comercial
- Requisitos sanitarios y fitosanitarios
- Lista de embalaje si fuese necesario
- Declaración Aduanera de Exportación
- Requisitos de etiquetado

### PAÍSES BAJOS (HOLANDA)



Las mercancías enviadas a Holanda deben estar acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial
- Certificado de origen
- Documento de embarque (B/L)
- Requisito fitosanitario
- Declaración Aduanera de Exportación
- Documento de transporte

### ESPAÑA



Las mercancías enviadas a España deben estar acompañadas de los siguientes documentos:

Dentro del área comunitaria el transporte de mercancías está exenta de trámites y aranceles aduaneros.

- Factura comercial
- Certificado de origen (opcional)
- Certificado sanitario y fitosanitario
- Guía de transporte
- Seguro de transporte
- Lista de embarque

Se debe tener en cuenta que para poder ingresar un producto en un mercado internacional es necesario los requisitos o requerimientos necesarios que exigen en los diferentes países como son Estados Unidos, Países Bajos y España. Como se puede observar en la tabla número 18 las barreras no arancelarias establecidas en cada uno de los países son medidas muy exigentes a causa de que buscan cuidar la salud humana y preservar el medio ambiente a través de certificaciones de calidad, y así dar apertura comercial e ingresar de manera legal las mercancías.

### 3.6.1.4. Factores demográficos

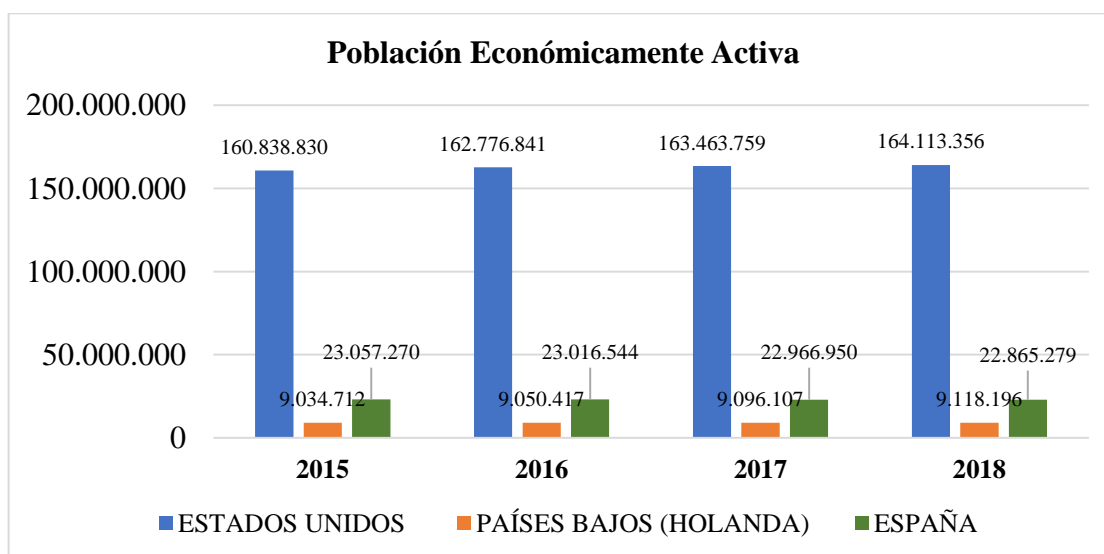
#### 3.6.1.4.1. Población Económicamente Activa

Se considera a todas las personas que evidentemente se encuentran trabajando o buscando activamente un puesto de trabajo, este indicador permite determinar el nivel de empleo de cada nación y su finalidad es identificar las condiciones de compra que tiene cada uno de ellos.

**Tabla 19.** Población Económicamente Activa

PAÍS	AÑOS			
	2015	2016	2017	2018
ESTADOS UNIDOS	160.838.830	162.776.841	163.463.759	164.113.356
PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	9.034.712	9.050.417	9.096.107	9.118.196
ESPAÑA	23.057.270	23.016.544	22.966.950	22.865.279

*Fuente:* Banco Mundial (2019)



**Figura 8.** Población Económicamente Activa.

*Fuente:* Banco Mundial (2019)


En la figura 8 se puede observar que Estados Unidos es el país más grande del mundo y es uno de los países con mayor número de habitantes con una potencia laboral económicamente activa superior a Holanda que presenta una oportunidad baja en cuanto a su Población Económicamente Activa, y en el caso de España mantiene un nivel medio a pesar de que este muy lejos de los estándares económicos de Estados Unidos.

### 3.6.1.5. Factores geográficos

#### 3.6.1.5.1. Localización

La distancia o localización del mercado potencial permite fijar los tiempos exactos de llegada del producto desde el punto de origen hasta el punto de destino, comparando medios de transporte y rutas más competentes para su comercialización.

Tabla 20. Localización

LOCALIZACIÓN	
<b>ESTADOS UNIDOS</b> 	<p>Estados Unidos cuenta con transporte marítimo y aéreo siendo los transportes más adecuados para la comercialización de pulpa de naranjilla.</p> <p><b>Vía Aérea:</b> La distancia en línea recta entre el centro geográfico de Ecuador y el centro geográfico de Estados Unidos es de 4681 km. El tiempo de viaje aproximado es 5 a 9 horas. Entre los aeropuertos que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aeropuerto Internacional de Miami (MIA)</li> <li>- Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (JFK)</li> </ul> <p><b>Vía Marítima:</b> Los puertos marítimos son el mayor componente del sistema de carga, en términos de volumen manejan alrededor del 75% de la carga internacional del país. Los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Puerto de Envergadles:</b> Tiempo aproximado 11 a 13 días.</li> <li>- <b>Puerto de Miami:</b> Tiempo aproximado 12 a 14 días.</li> <li>- <b>Puerto de Houston:</b> Tiempo aproximado 13 a 15 días.</li> <li>- <b>Puerto de New York:</b> Tiempo aproximado 14 a 16 días.</li> <li>- <b>Puerto de los Ángeles:</b> Tiempo aproximado 16 a 18 días.</li> </ul>

## PAÍSES BAJOS (HOLANDA)



Holanda cuenta con transporte marítimo y aéreo siendo los transportes más adecuados para la comercialización de pulpa de naranjilla.

**Vía Aérea:** La distancia en línea recta entre el centro geográfico de Ecuador y el centro geográfico de Holanda es de 9723 km. El tiempo de viaje aproximado es 10 a 19 horas. Entre los aeropuertos que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías son:

- Aeropuerto Internacional de Ámsterdam (AMS)
- Aeropuerto Internacional de Maastricht Aquisgrán (MST)

**Vía Marítima:** Más de la mitad de la carga transportada desde y hacia los Países Bajos es transportada por embarcaciones marítimas. Los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son:

- **Puerto de Rotterdam:** Tiempo aproximado 18 a 20 días.
- **Puerto de Ámsterdam:** Tiempo aproximado 18 a 22 días.

## ESPAÑA



España cuenta con transporte marítimo y aéreo siendo los transportes más adecuados para la comercialización de pulpa de naranjilla.

**Vía Aérea:** La distancia en línea recta entre el centro geográfico de Ecuador y el centro geográfico de España es de 8832 km. El tiempo de viaje aproximado es 9 a 12 horas. Entre los aeropuertos que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías son:

- Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid – Barajas (MAD)
- Aeropuerto Alicante – Elche (ALC)

**Vía Marítima:** España cuenta con una infraestructura portuaria de más de 60 puertos. Los principales puertos son:

- **Puerto Algeciras:** Tiempo aproximado 17 a 18 días.
- **Puerto Bilbao:** Tiempo aproximado 19 a 21 días.
- **Puerto Barcelona:** Tiempo aproximado 18 a 20 días.

---

*Fuente:* Perfil Logístico Estados Unidos, Países Bajos, España, de Pro Ecuador (2019), Santander Trade (2019)

Para poder estimar los costos es de gran importancia primeramente señalar el medio de transporte que se utilizará para la exportación del producto, porque a mayor distancia el costo es más elevado y a consecuencia de ello el costo de la mercancía puede incrementar, de igual manera la distancia permite determinar el tiempo de llegada desde el punto de origen hacia el de destino.

### 3.6.1.5.2. Índice de Desempeño Logístico

Index mundi (2019) afirma: “El índice de desempeño logístico refleja las apreciaciones de la logística de un país basadas en la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte” (párr.1).

Tabla 21. Índice de Desempeño Logístico

PAÍS	AÑOS		
	2014	2016	2018
ESTADOS UNIDOS	3,92	3,99	3,89
PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	4,05	4,19	4,02
ESPAÑA	3,72	3,73	3,83

Fuente: Banco Mundial (2019)

Cabe mencionar que el índice de desempeño logístico es dispuesto cada 2 años por el Banco Mundial. En este caso Holanda es un país que tiene un índice de desempeño alto esto se debe a factores que han intervenido positivamente y han generado un buen desenvolvimiento como por ejemplo la eficiencia en las aduanas y fronteras. Sin embargo, Estados Unidos y España tienen un promedio estable en cuanto a la eficiencia de desempeño de este indicador.

### 3.6.1.6. Factor cultural

#### 3.6.1.6.1. Idioma

Este factor es de gran importancia para realizar una negociación internacional con éxito ya que se debe expresar con eficiencia para no tener dificultades posteriores, de igual manera si las organizaciones no manejan el mismo idioma es necesario adaptarse y disponer de profesionales que les permita presentar sus servicios necesarios en su idioma.

Tabla 22. Idioma o lengua

ESTADOS UNIDOS	PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	ESPAÑA
<b>Lenguaje:</b> El inglés es el idioma oficial.	<b>Lenguaje:</b> Su idioma oficial es una lengua germánica – idéntico al flamenco.	<b>Lenguaje:</b> El español (Castellano) es el idioma oficial.

Fuente: Santander Trade (2019)

De acuerdo con la tabla 22 el país que presenta el mismo idioma es España, este factor se lo toma muy en cuenta al momento de ingresar en un mercado internacional porque no será necesario la intervención de un intérprete o traductor al momento de realizar la negociación.

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

Luego de haber realizado el diagnóstico de los tres países en estudio se procede a determinar la mejor alternativa de mercado internacional para comercializar pulpa de naranjilla desde la Asociación “El Edén” realizando la evaluación respectiva a través de la matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) en la cual se proporciona las respectivas ponderaciones de acuerdo con la siguiente tabla:

*Tabla 23.* Escala de medición.

ESCALA DE MEDICIÓN		
<b>OPORTUNIDADES</b>	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
<b>DEBILIDADES</b>	Baja	1
	Media	2
	Alta	3

*Fuente:* (Villareal, 2016, p. 60. Citado por Gil. H, 2010)

Tabla 24. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM).

TABULACIÓN	ESTADOS UNIDOS				PAÍSES BAJOS				ESPAÑA			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</b>												
Producto Interno Bruto (PIB)	Alto	3			Medio	2			Bajo	1		
PIB per cápita	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Inflación			Media	2			Media	2			Baja	1
Tasa de desempleo			Baja	1			Media	2			Alta	3
Balanza comercial	Alto	3			Media	2			Baja	1		
Tipo de cambio	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
<b>SUMA</b>		<b>12</b>		<b>3</b>		<b>8</b>		<b>4</b>		<b>6</b>		<b>4</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>2,00</b>		<b>0,50</b>		<b>1,33</b>		<b>0,67</b>		<b>1,00</b>		<b>0,67</b>
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>												
Política comercial	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Riesgo comercial	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
<b>SUMA</b>		<b>5</b>				<b>5</b>				<b>5</b>		
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,83</b>				<b>0,83</b>				<b>0,83</b>		
<b>FACTORES LEGALES</b>												
Barreras arancelarias	Alto	3			Alta	3			Alta	3		
Barreras no arancelarias			Media	2			Media	2			Media	2
<b>SUMA</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,5</b>		<b>0,33</b>		<b>0,5</b>		<b>0,33</b>		<b>0,5</b>		<b>0,33</b>
<b>FACTORES DEMOGRÁFICOS</b>												
Población Económicamente Activa	Alto	3			Media	2			Media	2		

<b>SUMA</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>2</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,5</b>		<b>0,33</b>		<b>0,33</b>
<b>FACTORES GEOGRÁFICOS</b>						
Localización	Alta	3	Media	2	Media	2
Índice de desempeño logístico	Media	2	Alta	3	Media	2
<b>SUMA</b>		<b>5</b>		<b>5</b>		<b>4</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,83</b>		<b>0,83</b>		<b>1</b>
<b>FACTORES CULTURALES</b>						
Idioma	Media	2,00	Baja	1	Alta	3
<b>SUMA</b>		<b>2,00</b>		<b>1</b>		<b>3</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,33</b>		<b>0,17</b>		<b>0,5</b>

*Tabla 25.* Resumen de Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

RESUMEN ANÁLISIS	ESTADOS UNIDOS		PAÍSES BAJOS		ESPAÑA	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	2,00	0,50	1,33	0,67	1,00	0,67
FACTORES POLÍTICOS	0,83		0,83		0,83	
FACTORES LEGALES	0,5	0,33	0,5	0,33	0,5	0,33
FACTORES DEMOGRÁFICOS	0,5		0,33		0,33	
FACTORES GEOGRÁFICOS	0,83		0,83		1	
FACTORES CULTURALES	0,33		1		0,5	
<b>SUMA</b>	<b>5,00</b>	<b>0,83</b>	<b>4,83</b>	<b>1,00</b>	<b>4,17</b>	<b>1,00</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>0,83</b>	<b>0,14</b>	<b>0,81</b>	<b>0,17</b>	<b>0,69</b>	<b>0,17</b>
<b>PONDERACIÓN</b>	<b>0,69</b>		<b>0,64</b>		<b>0,53</b>	

### 3.7.1. ANÁLISIS POAM

Con los datos establecidos en los indicadores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, geográficos y culturales de los países de estudio, se pudo establecer a través de la Matriz POAM que Estados Unidos es el mercado más aceptable para la comercialización de pulpa de naranjilla por parte de los productores de la Asociación Agropecuaria “El Edén” desde la Parroquia de Maldonado, porque presenta una calificación de 0,69 superior a Países Bajos y España, es decir que EE.UU. es el principal socio comercial.

Esto se debe a los factores que le favorecieron como son los socioeconómicos porque se destaca claramente de los demás países por el alto nivel adquisitivo que tiene gracias al incremento del PIB, además Estados Unidos es una de las naciones más ricas del mundo y mantiene un ambiente efectivo para las respectivas empresas exportadoras.

Otro indicador favorable es el factor político en vista de que Estados Unidos presenta una política comercial amigable con Ecuador, manteniendo el acuerdo del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) lo cual ha beneficiado a ciertos productos con cero aranceles. Además, se presentan barreras arancelarias bajas en comparación con otros países. Sin embargo, en el caso de las barreras no arancelarias este mercado es muy exigente a causa de que busca productos de alta calidad y que sean saludables para la población.


En el caso del factor demográfico Estados Unidos posee un buen nivel de vida, es considerado el país más grande del mundo, ocupando el tercer lugar con mayor número de habitantes y genera gran oportunidad por la potencia laboral económicamente activa que mantiene.

### 3.8. ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO

#### 3.8.1. Perfil del país - Estados Unidos

Como se determinó anteriormente Estados Unidos es el país óptimo y atractivo para realizar la comercialización de pulpa de naranjilla desde Ecuador, a causa de que le favorecen ciertos factores como su notable desarrollo económico, su buen nivel de vida, igualmente es considerado con uno de los países más grandes con mayor número de habitantes como se muestra a continuación:

**Tabla 26.** Ficha Técnica Estados Unidos.

	<b>ESTADOS UNIDOS</b>
Área geográfica	9.831.510 km <sup>2</sup>
Población total	327.167.434
Población Económicamente Activa	Aproximadamente 50,30% de la población total.
Población de principales áreas metropolitanas	Los Angeles (17.718.858); Nueva York (16.713.992); Chicago (9.655.015); San Francisco (6.989.419); Houston (6.519.358); Miami (5.805.883); Washington DC (6.022.391); Atlanta (4.762.159); Dallas (4.547.218); Philadelphia (4.066.015); Phoenix (4.163.445); Detroit (3.801.161); Boston (3.684.250); Minneapolis (3.496.061); San Diego (3.215.637); Seattle (2.776.119)
Capital	Washington, D.C.
Lengua oficial	Inglés (82%), español (10,7%)
Idioma(s) de negocios	Inglés
Religión	Protestantes 52%, católicos 24%, mormones 2%, judíos 1%, musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%.
Moneda local	Dólar estadounidense (USD) 1 USD = 0.8956 EUR, 1 EUR = 1.1166 USD
PIB	20.513,00
PIB per cápita	65.518
Tasa de inflación	2.4%
Empleo	63%
Desempleo	3,6%
Comercio exterior	Estados Unidos es considerado como el principal importador del mundo. Sus principales socios comerciales son Canadá, China y el Reino Unido.

*Fuente:* Santander Trade (2019)

### **3.8.2. Perfil del Consumidor de Estados Unidos**

Estados Unidos es uno de los principales países que brinda una buena calidad de vida a sus habitantes, es apreciado como óptimo para la comercialización de pulpa de naranjilla, en consideración de que presenta mayor oportunidad de mercado y es un importador neto de frutas gracias a que la tendencia de consumo cada vez es mayor.

“Sin embargo, el mercado estadounidense es muy exigente y estricto en cuanto a calidad, se muestran muy abiertos a adquirir productos extranjeros (...). Son diversos en gustos e intereses, valoran la comodidad en casa y la alimentación” (Santander Trade, 2019, párr.3).

De acuerdo con las tendencias del consumo el bienestar es uno de los factores principales para la selección de los productos, además de la crisis mundial que aumenta la sensibilidad de los precios de los consumidores estadounidenses, llevando a diversas personas a cambiar sus marcas habituales por otras menos caras considerando más la relación precio/valor que la marca (Santander Trade, 2019).

El consumidor norteamericano está consciente de llevar una vida saludable y de cuidar el medio ambiente, compra alimentos que no sufran cambios radicales en el proceso de producción, es decir buscan productos sanos con características naturales sin ningún tipo de conservantes, ni aditivos, que sean orgánicos que tengan alto valor nutricional y que sean de fácil preparación (listos para el consumo). Esto se debe a las rutinas diarias que llevan en sus trabajos lo cual no les permite disponer del tiempo adecuado para la elaboración o preparación en sus hogares.

En Estados Unidos los principales consumidores de pulpa de fruta son ejecutivos y estudiantes, a causa de su diversidad y practicidad, básicamente el rango de edad es desde los 20 a 50 años. De igual forma mencionan que consumen pulpa de diferentes tipos de frutas generalmente por resguardar su cultura y costumbres (Pro Ecuador, 2014).

Las pulpas de productos tropicales provenientes de América Latina se pueden apreciar en las grandes ciudades de mayor concentración con población hispana como Nueva York, Los Ángeles, Houston, Miami, entre otras. Que es donde se concentra el perfil del consumidor, pues gran parte de la población buscan formas saludables de alimentación, llevan un estilo de vida

muy agitado al igual que pretenden conservar sus costumbres en lo que se refiere a la alimentación (Pro Ecuador, 2014).

La pulpa en la mayor parte de los hogares de Estados Unidos es consumida significativamente como jugo, por esta razón la pulpa de naranjilla puede ser una oportunidad para ingresar en este mercado internacional, y adicional a ello esta fruta no tradicional es un alimento sano e innovador.

### 3.8.3. Segmento de mercado

La mayor parte de pulpa que se produce en Ecuador es importada por Estados Unidos, al igual que otros alimentos en sus diferentes presentaciones en consideración de que le beneficia el acuerdo SGP, de igual manera la tendencia de crecimiento de sus habitantes en este país permite que la posible demanda de pulpa de naranjilla sea potencialmente progresiva.

Una vez identificado el país óptimo se procede a determinar la ciudad adecuada para realizar la respectiva exportación de pulpa de naranjilla de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” de la Comunidad de Chilmá Bajo, tomando en cuenta las principales ciudades con mayor Población Económicamente Activa de Estados Unidos e importadoras de frutas procesados. Así como también, se toma en cuenta el porcentaje de participación de consumo del mismo. La información que se presenta en la siguiente tabla, se la obtuvo a través de la Universidad Estatal de Tarleton de Estados Unidos. (Ver anexo 13)

**Tabla 27.** Participación de consumo.

<b>Ciudades más pobladas de Estados Unidos</b>	<b>% participación de consumo de frutas procesadas</b>
New York	9,63%
Houston	16,9%
Los Ángeles	14,8%
Chicago	8,20%
Filadelfia	5,37%

*Fuente:* Universidad Estatal de Tarleton (2020)

Considerando los datos que se presentan en la tabla anterior se puede determinar que una de las ciudades que tiene mayor participación en el consumo de frutas procesadas (incluyendo pulpa de frutas) es Houston – Texas porque cuenta con un porcentaje del 16,9%. Además de que es la tercera ciudad con mayor PEA y de acuerdo a la Oficina del Censo de

Estados Unidos la mayor parte de la población es hispana (44,8%) y gran parte de ellos son consumidores de frutas. A continuación, en la siguiente tabla se presentan ciertos factores que permiten precisar que esta ciudad es favorable para realizar la comercialización.

**Tabla 28.** Ficha Técnica Ciudad de Houston - Texas.

CIUDAD DE HOUSTON - TEXAS	
Houston	Las principales industrias son de energía, sobre todo de petróleo, turismo y entretenimiento.
Estado	Texas
Capital	Austin
Densidad de población	1.291,8/km <sup>2</sup>
Población	3.999.742 habitantes
Riesgo de pobreza	10.2%
PIB	483.184 millones de USD
PIB per cápita	74.926 millones de USD
Idioma Oficial	Inglés (45.23%), español (41.45%)
Moneda	Dólar estadounidense (USD)
País fronterizo	México

*Fuente:* U.S Census (2019)

El comportamiento del consumidor se fragmenta en varios segmentos que se basan en los usos y conocimientos que los consumidores proporcionan al producto, en este caso se ha tomado las siguientes variables para realizar la segmentación (Yama, 2018).

**Variabes socioeconómicas:** Los ciudadanos de Houston - Texas poseen un alto poder adquisitivo y una economía creativa líder del mundo, las preferencias que tienen en relación con los productos son con relación a la cantidad económica de su precio y su nivel de ingresos familiar promedio es de \$51,140 (DATA USA, 2019).

**Variabes geográficas:** Houston se ubica en la costa este de Texas aproximadamente unas 30 millas de la ciudad portaña de Galveston. Misma que está a 350 millas al oeste de Nueva Orleans, Luisiana y a 300 millas al noreste de la frontera con México.

**Variabes culturales:** La lengua oficial es el inglés cuenta con un porcentaje del 45.23% de los residentes de Houston, mientras que el 41.45% de la población habla español y el 13,32% habla otros idiomas. Entre las religiones que se encuentra en esta ciudad son protestantes 52%, católicos 24%, mormones 2%, judíos 2%, otros 10%, sin religión 10% (DATA USA, 2019).

**Variables demográficas:** Houston es considerada como la ciudad más grande del Estado de Texas y es la tercera más poblada de los Estados Unidos, porque cuenta con alrededor de 3.999.742 personas de los cuales el 44,8% son hispanos o latinos, el 24,6% son blancos y el resto de la población lo conforman otras razas (DATA USA, 2019).

Según datos de City - Data (2018) la Población Económicamente Activa (PEA) con mayor representatividad se encuentra desde los 15 a los 64 años de edad en virtud de que son quienes tienen un trabajo estable, así como también estas personas son conscientes en el consumo de productos saludables y además cuentan con suficientes recursos para adquirirlos. Este rango de edad da un porcentaje del 70%, obteniendo una sumatoria total de 1.646.799 personas a quienes se les aplicará la muestra.

### **Gustos y preferencias de los ciudadanos de Houston - Texas**

Actualmente los adultos de EE. UU. Provenientes de Houston - Texas han intentado consumir productos sanos y de fácil preparación, tienen alta tendencia al consumo de alimentos distintivos y frutas no tradicionales o exóticas que sean procedentes de países latinoamericanos.

La demanda del consumo de frutas en el presente mercado ha mantenido su incremento y ha sido cubierta básicamente por diversas frutas sin valor agregado para consumo directo, sin embargo, se presenta otra diversificación de estos productos y están siendo demandados en estado congelado, enlatado o en nuevas presentaciones, a consecuencia del escaso tiempo que tiene el consumidor para realizar la respectiva preparación de jugos o refrescos de frutas. Entre las principales frutas que son demandadas se encuentran la frutilla, mora, maracuyá, naranjilla y guayaba (Pro Ecuador, 2013).

En general el segmento ya determinado presenta un crecimiento favorable en el consumo de frutas procesadas por su exquisito sabor, nutrición y por su alta calidad. De igual manera toman en cuenta un factor importante como es que el producto no se exponga a tantas transformaciones de cualquier índole es decir que no altere su composición nutricional.

Por lo antes mencionado esta ciudad es considerada como el mercado objetivo para la respectiva exportación de pulpa de naranjilla por parte de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”.

### 3.8.4. Principales importadores en Houston - Texas de la Subpartida 081190.

A continuación, en la siguiente tabla se puede observar a las principales empresas importadoras de pulpa de frutas de la ciudad de Houston – Texas.

*Tabla 29.* Principales importadores de Houston – Texas.

Nombre	País	Ciudad	Teléfono	Sitio Web
Brothers Produce	Estados Unidos	Houston, Texas	713-924-4196	www.brothersproduce.com/
The Fruit Company	Estados Unidos	Houston, Texas	700-387-3100	www.thefruitcompany.com/
Reyes Produce	Estados Unidos	Houston, Texas	713-863-9618	www.reyesproduce.com/

*Fuente:* Pro Ecuador (2019)

## 3.9. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

### 3.9.1. Importaciones de Estados Unidos de la partida 081190

En la siguiente tabla se puede determinar las importaciones de la partida 081190 que realiza Estados Unidos desde el resto del mundo, con la finalidad de poder identificar la demanda que realiza este país.

*Tabla 30.* Importación de pulpa de frutas de Estados Unidos (Toneladas).

EXPORTADOR	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
	importada	importada	importada	importada	importada
	2014	2015	2016	2017	2018
Mundo	226.991	269.683	246.607	226.298	267.107
Canadá	62.758	87.442	79.751	72.967	82.545
Chile	38.174	50.959	40.109	31.928	36.350
Perú	30.583	39.568	25.428	23.350	26.365
México	20.217	19.352	20.509	19.318	23.298
Costa Rica	16.603	14.547	16.688	13.953	21.530

*Fuente:* Trade Map (2019)

De acuerdo con los datos obtenidos de las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Trade Map (2019), los principales países de los que importa Estados Unidos acorde a la partida 081190 son Canadá y Chile a causa de que la cantidad

exportada es superior en los últimos cinco años, de modo que estos productos tienen gran acogida en el mercado estadounidense. Pero no hay que dejar de lado que Ecuador también tuvo participación en el mercado de Estados Unidos ubicándose en el noveno puesto en la tabla antes mencionada N° 30.

### 3.9.2. Exportaciones de Estados Unidos de la partida 081190.

En la siguiente tabla se puede identificar las exportaciones de pulpa de frutas que realiza Estados Unidos hacia el resto del mundo.

**Tabla 31.** Exportaciones de pulpa de fruta de Estados Unidos (Toneladas)

IMPORTADOR	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
	importada	importada	importada	importada	importada
	2014	2015	2016	2017	2018
Mundo	126.746	112.688	120.021	111.409	103.723
Corea	66.340	53.878	60.173	55.393	55.967
Japón	11.536	13.168	10.544	10.148	8.045
Países Bajos	15.035	14.000	11.619	8.427	7.544
México	6.389	6.053	10.571	11.464	6.957
Canadá	7.243	8.068	10.503	7.835	6.435

*Fuente:* Trade Map (2019)

Como se puede observar en la tabla anterior las exportaciones de pulpa de fruta son destinadas principalmente a Corea con una participación de 49%, esto también se debe al Tratado de Libre Comercio que tienen estos dos países y al aumento que ha tenido considerablemente durante los años 2014 – 2018, seguido de Japón, Países Bajos, México y Canadá.

### 3.10. Análisis de la competencia a nivel mundial

De acuerdo con los datos obtenidos de las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Trade Map (2019), se pudo determinar que el principal socio comercial desde donde importa pulpa de fruta Estados Unidos es Canadá con una participación del 28.3% lo cual lo denomina como el principal exportador del producto en estudio, seguido de Chile con un 15.3%, luego se encuentra Perú con un 12.3% de participación.

**Tabla 32.** Análisis de los principales competidores de Estados Unidos.

<b>Ranking</b>	<b>Países exportadores</b>	<b>Cantidad Importada</b>	<b>% de participación 2018</b>
1	Canadá	82.545	28.3%
2	Chile	23.298	15.1%
3	Perú	36.350	12.3%
4	México	21.530	8.2%
5	Costa Rica	26.365	7.9%
6	Guatemala	11.276	4.7%

*Fuente:* Trade Map (2019)

### **3.10.1. Requisitos para la exportación de pulpa de fruta a Houston - Estados Unidos**

La Agencia Ecuatoriana Agrocalidad es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de Alimentos que se encargada de regular y controlar tanto las políticas como las actividades productivas del agro nacional, amparada bajo las normas nacionales como internacionales que ayudan al mejoramiento de la producción agropecuaria (AGROCALIDAD, 2014).

### **3.10.2. Trámites para el proceso de exportación**


El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR) afirman que: personas naturales como jurídicas pueden realizar exportaciones siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos:

1. Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) emitido por el SRI
2. Registrarse en la página web del SENAE
3. Obtener el Certificado Digital o TOKEN para acceso al ECUAPASS
4. Registrarse como exportador en el ECUAPASS: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>
5. Una vez cumplido los requisitos antes mencionados se debe acompañar la exportación con los siguientes documentos: Factura comercial, Registro Único de Contribuyentes de Exportador, certificado de origen, autorizaciones previas, registro como exportador en la página SENAE, documento de transporte (SENAE, 2017).

### **3.10.3. Certificaciones Orgánicas**

“Las certificaciones son necesarias para asegurar la competencia justa entre productores, quienes por esto reciben un valor adicional” (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social [CERES], 2019, párr. 1).

**Tabla 33.** Certificación Orgánica.

Logo	Nombre de la certificación	Descripción
	Estados Unidos – Certificación Orgánica	Certificación Orgánica para productos agrícolas, pecuarios y de recolección silvestre.

*Fuente:* PROMPERÚ (2015)

### 3.11. ANÁLISIS SITUACIONAL - ECUADOR

A través del levantamiento de información se recopiló datos estadísticos de Ecuador analizando factores económicos, sociales, culturales y geográficos, con el propósito de determinar la situación actual del país.

**Tabla 34.** Ficha Técnica Ecuador.

ECUADOR		
<b>Factores Geográficos</b>		
País		Ecuador
Capital:		Quito
Área geográfica:		283.560 km <sup>2</sup>
Población total:		17.096.789
Crecimiento Poblacional:		1,5%
<b>Factores Económicos</b>		
PIB		108.39 millones de USD
PIB per cápita		6.344,87 miles de USD
Crecimiento del PIB		1,4%
Tasa de Inflación		0.19%
Tasa de desempleo:		5,20%
Salario unificado nominal		\$386
<b>Factores Culturales</b>		
Moneda:		Dólar Estadounidense
Lengua oficial:		Español (Castellano)
Idioma de negocios:		Inglés
Religión:		Católicos 95%, otras 5%
<b>Factores Políticos</b>		
Forma de Gobierno		República Democrática
Comercio exterior		Sus principales socios comerciales en el caso de las exportaciones son Estados Unidos, Unión Europea y Chile, en el caso de las importaciones son los Estados Unidos, China y Colombia.

*Fuente:* Banco Mundial (2018), Banco Central del Ecuador (2019), Santander Trade (2018)

La República del Ecuador en los últimos años ha mostrado recuperación en cuanto a su economía superando ciertas crisis, entre la principal es el no tener una moneda propia sin embargo este país es considerado la octava economía de América Latina, cuenta con alrededor de 17.096.789 millones de habitantes con un crecimiento poblacional del 1.5% y gran parte de esta población se dedica al sector agropecuario. Ecuador tiene un área de 283.560 km<sup>2</sup> ubicándolo en el cuarto país más pequeño de Sudamérica.

Según el Banco Central del Ecuador (2018), la economía ecuatoriana presentó un crecimiento anual del 1.4% esto se debe al gasto del consumo final de los hogares que tuvo un aumento del 2,7% así como al gasto de consumo final del gobierno general, mostrando un crecimiento del 2.9% y al incremento de las exportaciones, alcanzando de esta manera \$108.398 millones de dólares del total del Producto Interno Bruto.

Se puede determinar de esta forma que la economía ecuatoriana va creciendo paulatinamente, lo cual lleva a desarrollar más fuentes de empleo y en consecuencia se reduce la tasa de desempleo a un 5.20% para el año 2018. En lo referente a la tasa de inflación Ecuador subió a 0,19% más que en el año pasado que tuvo una tasa inflacionaria baja, dado a que influyeron ciertos productos para alcanzar una inflación positiva como los bienes y artículos para el hogar, alimentos y bebidas no alcohólicas, entre otras. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2018).

Otro indicador económico de gran importancia que podemos analizar es la balanza de pagos por que en ella se registran todas las operaciones comerciales que realiza un país con el exterior. Para el caso de Ecuador se puede evidenciar que existe un déficit, en consideración de que el Banco Central del Ecuador (2019) afirma: “La economía ecuatoriana mostró un déficit en la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos en el tercer trimestre del 2018 y se ubicó en USD -126.4 millones” (Banco Central del Ecuador, 2019, p.3).

En cuanto a la estabilidad del gobierno se puede decir que se ha incentivado a pequeñas microempresas en cuanto a la economía y se ha creado más fuentes de empleo. Según el Ministerio de Industrias y Productividad (2018) afirma: “La estabilidad política del Ecuador en relación a los demás países latinoamericanas, ha sido la vital carta de presentación que hace que inversores extranjeros quieran introducir capitales en el país” (MIPRO, 2018, p. 2).

### 3.12. ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO

#### 3.12.1. Descripción del producto

Es un producto cien por ciento natural se la obtiene a través de la selección de la materia prima, considerando la parte carnosa y comestible de la fruta que después de realizar el respectivo proceso de transformación y eliminación de impurezas se obtiene una sustancia no diluida, la cual no presenta aditivos químicos ni colorantes. Permitiendo de esta manera que tenga una mayor concentración de nutrientes, así como una mejor presentación en sus características como el olor, sabor y aroma.

A continuación, se presenta el contenido de nutrientes de la pulpa de naranjilla

**Tabla 35.** Información nutricional del producto.

<b>INFORMACIÓN NUTRICIONAL</b>		
Tamaño por porción:	Tamaño por porción: 60g	
Tamaño por envase:	8 aproximadamente	
Energía (Calorías)	88.3661KJ	21.12 Kcal
Energía de grasa (Cal. De grasa)	0 KJ	0 kcal
	<b>% Valor diario</b>	<b>% Valor nutritivo</b>
Grasa Total	0g	0%
Ácidos Grasos Saturados	0g	0%
Colesterol	0mg	0%
Sodio	23mg	1%
Carbohidratos Totales	5g	15%
Fibra Total	0g	0%
Azúcares	5g	0%
Proteína	0g	1%
Ácido Ascórbico	38,5mg	39%

**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Según la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) para poder exportar el producto de estudio hacia el mercado estadounidense es necesario y obligatorio que en el empaque se presente la información nutricional, a fin de que los consumidores estén al tanto y se informen del producto que van a consumir (Comisión de Promoción del Perú [PROMPERÚ], 2015).

Para poder aclarar un poco “la FDA es la encargada de verificar el cumplimiento de las regulaciones garantizando de esta manera la seguridad tanto de alimentos, medicamentos y cosméticos que se consumen en el país de Estados Unidos” (Comisión de Promoción del Perú [PROMPERÚ], 2015, P.9).

**Tabla 36.** Ficha Técnica del Producto.

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO TERMINADO</b>	
<b>NOMBRE COMÚN:</b>	Naranja
<b>NOMBRE ESPECÍFICO:</b>	<i>(Solanum quitoense Lam.)</i> o <i>Lulum</i>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO:</b>	Pulpa de naranja
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	081190
<b>DESCRIPCIÓN ARANCELARIA:</b>	Frutas u otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor.
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:</b>	Es un producto natural que contiene 100% pulpa de fruta, sin conservantes, libre de grasas y colesterol.
<b>INGREDIENTES:</b>	Pulpa de naranja 100%
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN:</b>	Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” Dirección: Parroquia Maldonado, vía Chilmá Bajo interacción vía Santa María (a 500 mts del Estadio Aníbal Pozo)
<b>PRESENTACIÓN Y EMPAQUE COMERCIAL:</b>	Funda flexible para empaque al vacío – contenido 500 g
<b>UNIDAD DE MEDIDA:</b>	Gramos
<b>CONSERVACIÓN PARA EL CONSUMIDOR:</b>	En congelación - mantener en refrigeración antes y después de su uso.
<b>PERÍODO DE VIDA ÚTIL:</b>	180 días
<b>CÓDIGO DE BPM O PERMISO:</b>	ARCSA-2018-28.3-0000007
<b>NOTIFICACIÓN SANITARIA:</b>	805370-ALN3715

**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

**Tabla 37.** Características de la pulpa de naranja.

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
<b>COLOR:</b>	Verde, color intenso característico de la naranja.
<b>OLOR:</b>	Intenso y característico de la naranja.
<b>SABOR:</b>	Dulce agrio, libre de cualquier sabor extraño.
<b>TEXTURA/FORMA:</b>	Uniforme, libre de materia extraña.

**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

### 3.12.2. Competencia del producto a nivel nacional

Según datos proporcionados por Pro Ecuador, a nivel nacional existen cinco empresas competidoras que se dedican a la elaboración y comercialización de pulpas congeladas de frutas

y se encuentran ubicadas en las diferentes partes de Ecuador. A continuación, en la siguiente tabla se menciona a cada una de ellas.

**Tabla 38.** Empresas competidoras a nivel nacional.

<b>Empresa</b>	<b>Provincia</b>	<b>Representante Legal</b>
 FROZEN TROPIC CIA, LTDA. PROFRUTEC	Pichincha	Leonardo Efraín Bustamante Castells
 QUICORNAC S.A.	Pichincha	José Paúl Villa Ilares
 EXOFRUT S.A.	Guayas	Roberto Andrés León Serrano
 JUGO FÁCIL <small>BIOMIMÉTICOS Y NULLEN FOOD</small> 	Guayas	María José Jiménez Moreta
	Pichincha	Sofía Paola Duque Villarreal

*Fuente:* Banco Central del Ecuador (2019)

### 3.13. PROYECCIONES DE ESTUDIO

#### 3.13.1. Oferta en origen

A través de la entrevista ejecutada al señor Henry Pozo presidente de la Asociación de estudio, se procede a determinar la oferta exportable, donde hace cinco años el cultivo de naranjilla ha empezado a ser más intensiva en consideración a la demanda que ha tenido en mercados como Tulcán, Ibarra y Quito. De igual manera, hace énfasis a la posición geográfica en la que se ubica pues el clima y los suelos fértiles favorecen mucho para sus cultivos porque ayuda a producir diversidad de productos de buena calidad (H. Pozo, Conocimiento Personal, 25 de marzo de 2019).

Por lo tanto, establece que la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” está en la capacidad de producir lo siguiente:

**Tabla 39.** Oferta origen de la naranjilla

Años	Capacidad de producción de la Asociación		
	Mensual Kg	Anual Kg	Anual Toneladas
<b>2017</b>	34.314	411.768	412
<b>2018</b>	35.000	420.000	420

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

En la tabla anterior se puede observar que en el año 2018 la producción anual de naranjilla es de 420 toneladas, de las cuales el 80% que son 336 toneladas son destinadas para la transformación de pulpa de naranjilla en vista de que el otro sobrante que es el 20% son aquellas naranjillas que se encuentran en mal estado y que no son aptas para la producción pero que sirven como abono orgánico. De modo que del total de la pulpa de naranjilla el 70% que es 235 toneladas anuales serán destinadas para la exportación a nivel internacional. A continuación, se presenta las proyecciones de la oferta de la pulpa de naranjilla

**Tabla 40.** Proyecciones de la oferta de la pulpa de naranjilla

AÑOS	Proyecciones de la oferta exportable	
	Oferta anual (kg) exportar	Oferta anual en toneladas
<b>2017</b>	<b>230590</b>	<b>231</b>
<b>2018</b>	<b>235200</b>	<b>235</b>
2019	239904	240
2020	244702	245
2021	249596	250
2022	254588	255
2023	259680	260
2024	264873	265

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.13.2. Proyecciones de las importaciones y exportaciones de Houston - Estados Unidos

Para establecer las respectivas proyecciones de las importaciones y exportaciones de los años 2019 al 2024 se utilizará el método de Mínimos Cuadrados con el propósito de hallar la recta de tendencia. Tomando en cuenta que la variable X son los años y la variable Y los valores pronosticados.

### 3.13.3. Proyecciones de las importaciones de Houston - Estados Unidos

**Tabla 41.** Datos históricos de las importaciones de Estados Unidos de los años (2014 – 2018)

Años (X)	Importaciones TM (Y)	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2014 (1)	226.991	226991	1	51.524.914.081
2015 (2)	269.683	539366	4	72.728.920.489
2016 (3)	246.607	739821	9	60.815.012.449
2017 (4)	226.298	905192	16	51.210.784.804
2018 (5)	267.107	1335535	25	71.346.149.449
Σ 15	1.236.686	3746905	55	307.625.781.272

*Fuente:* Trade Map (2019)

#### Coefficientes de regresión:

$$b = \frac{1236686 * 55 - 15 * 3746905}{5 * 55 - 15^2} = \frac{11814155}{50} = 236.283,1$$

$$a = \frac{5 * 3746905 - 15 * 1236686}{5 * 55 - 15^2} = \frac{184235}{50} = 3.684,7$$

#### Recta de tendencia:

$$Y = b + ax$$

$$Y = 236283,1 + 3684,7X$$

Datos pronosticados de las exportaciones de pulpa de frutas en Estados Unidos

**Tabla 42.** Proyecciones de las importaciones Estados Unidos.

Años (X)	Importaciones TM
2019	258.391
2020	262.076
2021	265.761
2022	269.445
2023	273.130
2024	276.815

*Fuente:* Trade Map (2019)

### 3.13.4. Proyecciones de las exportaciones de Houston - Estados Unidos

**Tabla 43.** Proyecciones de las exportaciones de Estados Unidos de los años (2014 – 2018)

Años (X)	Exportaciones TM (Y)	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2014 (1)	84.880	84880	1	7.204.614.400
2015 (2)	71.810	143620	4	5.156.676.100
2016 (3)	78.577	235731	9	6.174.344.929
2017 (4)	77.932	311728	16	6.073.396.624
2018 (5)	71.621	358105	25	5.129.567.641
Σ 15	384.820	1134064	55	29.738.599.694

*Fuente:* Trade Map (2019)

#### Coefficientes de regresión:

$$b = \frac{384820 * 55 - 15 * 1134064}{5 * 55 - 15^2} = \frac{4154140}{50} = 83082,8$$

$$a = \frac{5 * 1134064 - 15 * 384820}{5 * 55 - 15^2} = \frac{-101980}{50} = -2039,6$$

#### Recta de tendencia:

$$Y=b+ax$$

$$Y=83082,8-2039,6X$$

Datos pronosticados de las exportaciones de pulpa de frutas en Estados Unidos

**Tabla 44.** Proyecciones de las exportaciones Estados Unidos.

Años (X)	Exportaciones TM
2019	95.320
2020	97.360
2021	99.400
2022	101.439
2023	103.479
2024	105.518

*Fuente:* Trade Map (2019)

### 3.13.5. Consumo Nacional Aparente

“El Consumo Nacional Aparente (CNA) es considerado como la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, además de que es una herramienta primordial que se utiliza para analizar la demanda” (Herrera, 2013, p. 99). Para la estimación

del cálculo se debe aplicar la siguiente fórmula: Consumo Nacional Aparente = (Producción Nacional + Importaciones) - las Exportaciones.

La siguiente fórmula como se mencionó anteriormente se la utiliza con la finalidad de determinar la medida de la demanda nacional aparente de un país.

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

**En donde:**

- CNA= Consumo Nacional Aparente
- PN= Producción Nacional
- M= Importaciones
- X= Exportaciones

**Tabla 45.** Consumo Nacional Aparente pulpa de fruta

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Nacional Aparente	
	(+)	TN (+)	TN (-)	Toneladas	Kilogramos
2014	0	226.991	84.880	142.111	142111000
2015	0	269.683	71.810	197.873	197873000
2016	0	246.607	78.577	168.030	168030000
2017	0	226.298	77.932	148.366	148366000
2018	0	267.107	71.621	195.486	195486000
2019	0	258.391	95.320	163.071	163070900
2020	0	262.076	97.360	164.716	164716000
2021	0	265.761	99.400	166.361	166361100
2022	0	269.445	101.439	168.006	168006200
2023	0	273.130	103.479	169.651	169651300
2024	0	276.815	105.518	171.296	171296400

*Fuente:* Trade Map (2019)

En la tabla 45 se puede observar que no se ha tomado en cuenta la producción de naranjilla en Estados Unidos ya que como afirma (el Índice de Alimentación Saludable del Departamento de Agricultura [Healthy Eating Index], 2018), no se promueve el cultivo de esta fruta por factores como la posición geográfica y las condiciones climáticas variantes que no le favorecen, lo cual impide el desarrollo de dicho producto, por tal razón no se muestran estadísticas de producción nacional. Cabe mencionar que la partida arancelaria que se ha tomado en cuenta constituye a todo tipo de pulpa de fruta entre ellos se encuentra la pulpa de naranjilla.

### 3.14.5. Demanda Insatisfecha

**Tabla 46.** Cálculo de la demanda insatisfecha internacional

DEMANDA INSATISFECHA HOUSTON - ESTADOS UNIDOS EN TONELADAS														
Año	Producción Nacional	M	X	CNA	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita			Población Estratificada de Houston 15-64 años	Demanda insatisfecha		Cobertura		
	Tn	Tn	Tn	Tn	Unidos	Real kg	Recomendado kg	Déficit kg	Houston	Déficit Total (Kg)	(TN)	Kg	Oferta TN	% de cobertura
2014	0	226.991	84.880	142.111	318.386.421	0,446	3,8	3,3537	1630155	5466973,30	5467			
2015	0	269.683	71.810	197.873	320.742.673	0,617	3,8	3,1831	1634316	5202156,38	5202			
2016	0	246.607	78.577	168.030	323.071.342	0,520	3,8	3,2799	1638477	5374037,69	5374			
2017	0	226.298	77.932	148.366	325.147.121	0,456	3,8	3,3437	1642638	5492481,77	5492			
2018	0	267.107	71.621	195.486	327.167.434	0,598	3,8	3,2025	1646799	5273856,39	5274			
2019	0	258.391	95320	163071	329492940	0,495	3,8	3,3051	1650960	5456563,63	5457	239904	240	4,4%
2020	0	262.076	97360	164716	331689588	0,497	3,8	3,3034	1655121	5467531,95	5468	244702	245	4,5%
2021	0	265.761	99.400	166361	333886235	0,498	3,8	3,3017	1659282	5478523,00	5479	249596	250	4,6%
2022	0	269.445	101439	168006	336082883	0,500	3,8	3,3001	1663443	5489536,33	5490	254588	255	4,6%
2023	0	273.130	103479	169651	338279530	0,502	3,8	3,2985	1667604	5500571,50	5501	259680	260	4,7%
2024	0	276815	105518	171296	340481021	0,503	3,8	3,2969	1671765	5511640,07	5512	264873	265	4,8%

**Fuente:** Trade Map (2019), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2019), Healthy Eating Index (2019)

“Se debe tener en cuenta que la demanda insatisfecha es aquella que no ha podido ser abastecida en un mercado y que puede ser cubierta de manera total o parcial” (Vásquez, 2016, p.1).

El consumo Per Cápita recomendado se lo obtuvo a través de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y Healthy Eating Index (Índice de Alimentación Saludable) del Departamento de Agricultura Estados Unidos, recomendando consumir alrededor de 2 a 4 raciones diarias de fruta para llevar un hábito saludable dando un promedio de 3,80 kg.

También se considera tomar en cuenta al 70% de la Población Económicamente Activa de Houston - Texas, siendo un total de 1.646.799 que se encuentra estratificada desde los 15 a 64 años, en vista de que en este rango de edad se encuentran los potenciales consumidores de futas y alimentos orgánicos, incluyendo la pulpa de fruta (productos fáciles de preparar).

Para el año 2019 se obtiene como demanda insatisfecha un total de 5457 toneladas. La oferta exportable es de 240 toneladas y se puede determinar que la cobertura del proyecto es de 4,4% para el mismo año. De esta manera se pretende cubrir por la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”, parte de la demanda insatisfecha que no es atendida en su totalidad.

Cabe mencionar que la Asociación de estudio está en la capacidad de aumentar y llegar a más su oferta exportable dado que es una zona productora de naranjilla, además se establecería acuerdos con otras asociaciones de la parroquia con la finalidad de que su producto sea conocido en otros mercados internacionales y se incremente las ventas.

### 3.14. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.14.1. Localización de la empresa

##### 3.14.1.1. Macro Localización

La macro localización permite determinar de manera general el lugar en donde se encuentran las instalaciones de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” ubicándose en el Cantón Tulcán, Provincia del Carchi al norte del Ecuador.



Figura 9. Macro localización de la Asociación "El Edén".

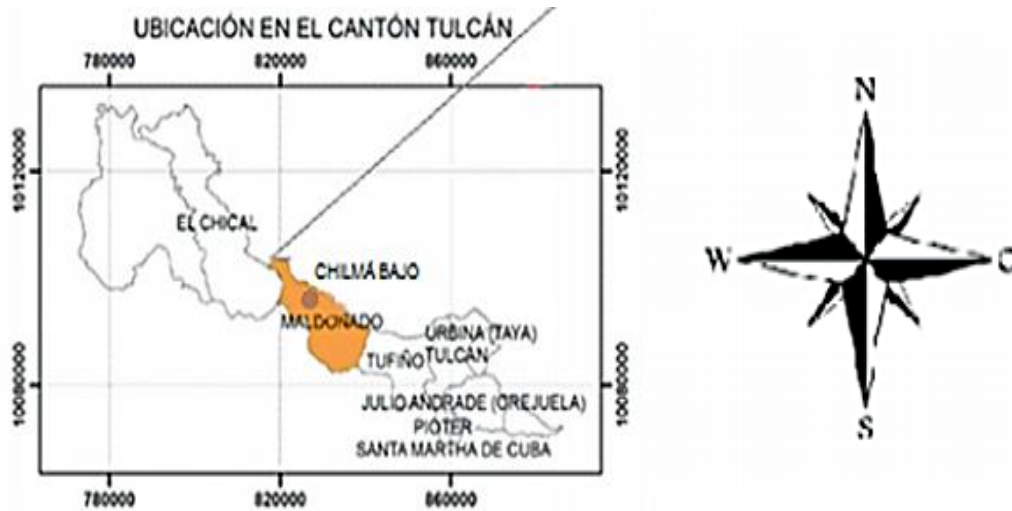
Fuente: Moncada (2017)

##### 3.14.1.2. Micro Localización

La micro localización permite determinar el lugar exacto en donde queda la ubicación de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”, especificando que se encuentra ubicada en la Parroquia de Maldonado, Comunidad de Chilmá Bajo, interacción vía Santa María a quinientos metros del Estadio Aníbal Pozo.

#### Ubicación

- Provincia: Carchi
- Cantón: Tulcán
- Parroquia: Maldonado
- Comunidad: Chilmá Bajo

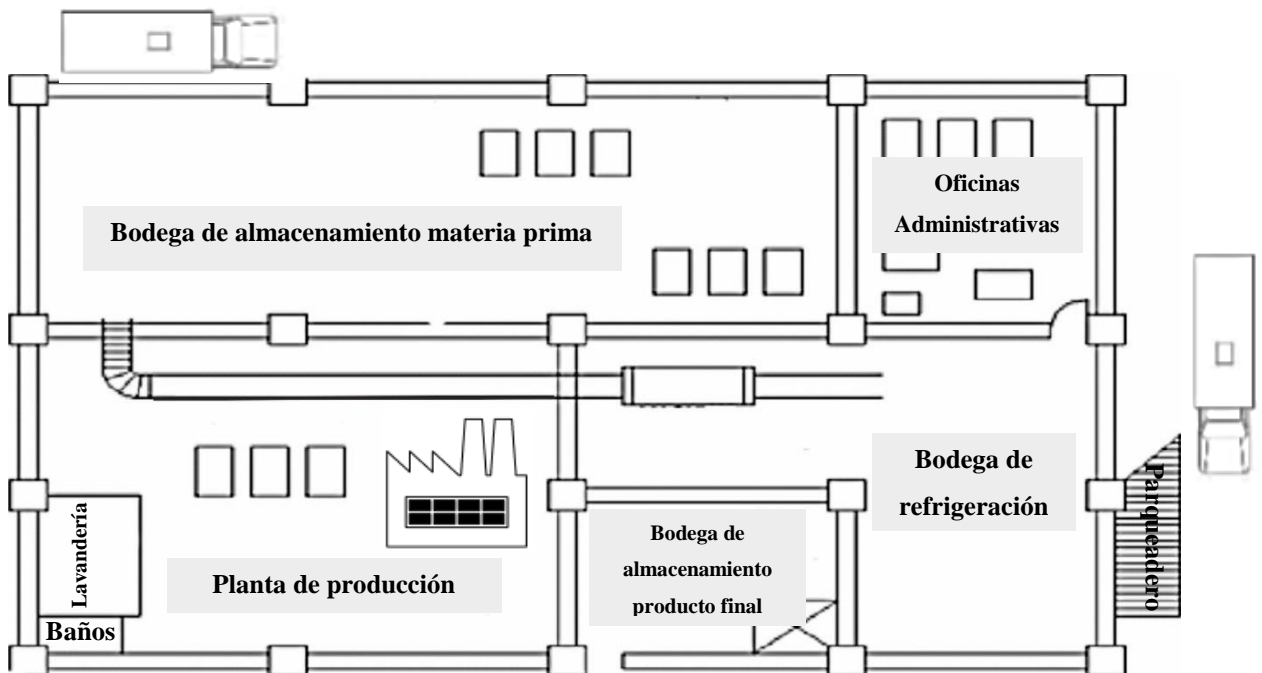


*Figura 10.* Micro localización de la Asociación "El Edén"  
*Fuente:* Moncada (2017)

### 3.14.2. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto permite determinar el espacio físico o lugar adecuado para realizar el acopio del producto, tomando en cuenta la cercanía de los proveedores, así como de los productores y la disponibilidad de las vías de acceso vehicular.

#### 3.14.2.1. Distribución del espacio físico



*Figura 11.* Distribución interna de la planta  
*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.14.3. Maquinaria

Para la producción de la pulpa de naranjilla la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” ha invertido gran cantidad de dinero para adquirir las respectivas maquinarias que a continuación se detallan.

*Tabla 47.* Maquinaria

#### MAQUINARIA

##### **Lavadora de fruta**

Esta máquina lava la fruta, pela y limpia es fabricada en acero inoxidable y materiales libres de óxido.



##### **Despulpadora de fruta**

La despulpadora de fruta es una máquina que permite separar la pulpa de residuos como las semillas, la cascara o productos no comestibles.



##### **Marmita**

La marmita es una máquina que permite la preparación de la fruta, así como también la cocción de otros néctares y tiene una capacidad de 20 galones.



##### **Cuarto frio**

El cuarto frio permite que el producto se preserve por mucho más tiempo y conserve tanto su aroma, color y sabor.



##### **Termómetro digital**

El termómetro digital es una parte esencial porque permite tomar la temperatura de los productos que se estén refrigerando o conservando.



### **Mesa de acero**

La mesa de acero se la utiliza para la preparación de alimentos es decir inspección y selección de fruta.



### **Balanza industrial**

La balanza industrial permite medir la masa exacta de los productos expresado en kilogramos.



### **Cocina industrial**

La cocina industrial se usa en la Asociación “El Edén” para cocer las frutas de manera rápida.



### **Selladora automática**

Se utiliza para sellar el producto en las bolsas de polietileno, siendo de gran utilidad para mejorar la producción en menor tiempo.



---

**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

### 3.14.4. Organización empresarial

#### 3.14.4.1. Descripción de la empresa

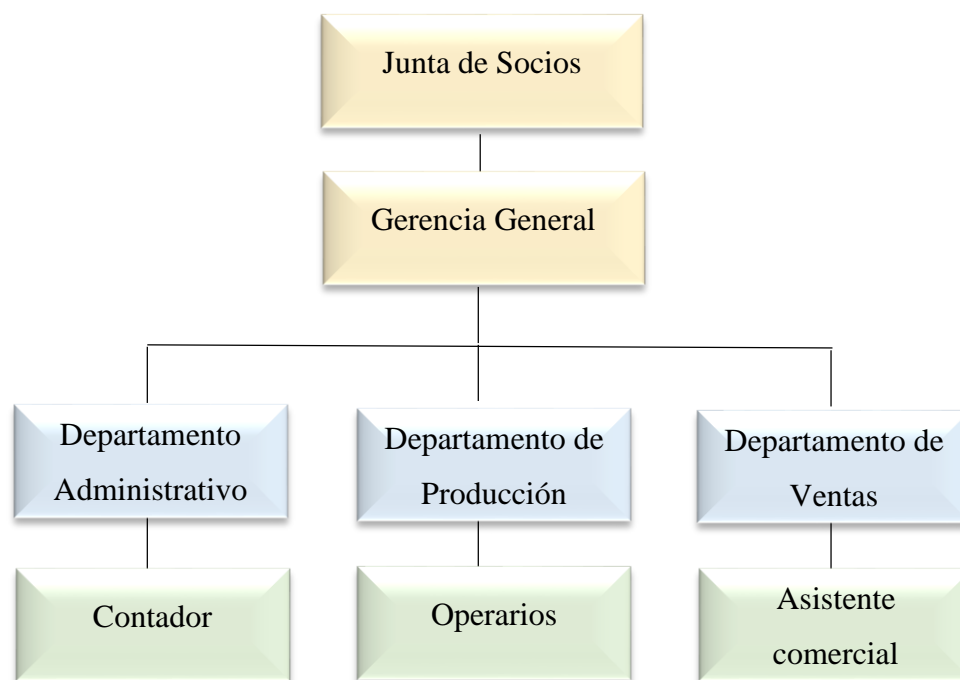
- **Nombre de la Asociación:** Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”
- **Número de asociados:** 45 asociados
- **Representante legal:** Ruano Castro Fabián Bentura
- **Número de RUC:** 041511354001
- **Teléfono:** 063012678
- **Correo electrónico:** [asoeden1@gmail.com](mailto:asoeden1@gmail.com)
- **Marca:** Chilmá Frut, registrada desde 2013



*Figura 12.* Logotipo de la Asociación.  
*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

#### 3.14.4.2. Organigrama estructural

La Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” se encuentra legalmente constituida desde el año 2011 como una asociación productora. A continuación, se muestra el organigrama estructural donde se establece las principales funciones y las relaciones existentes entre ellas.



*Figura 13.* Estructura Organizacional  
*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### Requerimiento mano de obra

*Tabla 48.* Mano de Obra

N°	NOMBRE DEL PUESTO	NÚMERO DE TRABAJADORES
1	Junta de socios	45
2	Gerente General	1
3	Contador	1
4	Operarios	2
5	Ingeniero comercial	1
<b>Total</b>		<b>5</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

#### 3.14.5. Manual de funciones

A continuación, se detallará las funciones y los perfiles de los cargos que cada persona de acuerdo con el organigrama antes mencionado debería tener y manejar en base a los posibles perfiles profesionales.

### 3.14.5.1. Gerente General

Tabla 49. Manual de Funciones Gerente General

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
<b>Denominación del cargo:</b>	Gerente general
<b>Dependencia:</b>	Junta de Socios
<b>Perfil del cargo:</b>	Título de tercer nivel en Ingeniería de Administración de Empresas o afines.
<b>Objetivo principal:</b>	Mantener el control adecuado y una aplicación acorde a la organización.
<b>Funciones o Responsabilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recibir y aprobar informes de mercancías.</li><li>• Control de mercancía que este completa.</li><li>• Coordinación con proveedores acerca de descuento y fechas de pago de factura.</li><li>• Controlar al personal de la organización.</li><li>• Aceptación de firma del SRI.</li><li>• Aceptación de pagos.</li><li>• Envío de hojas de asistencia Departamento de Contabilidad para la elaboración de rol de pagos.</li><li>• Analizar y determinar las preguntas para entrevistas y verificación de documentos.</li><li>• Realizar entrevistas.</li><li>• Verificar hojas de vida de los postulantes</li><li>• Envío a la secretaria resultados obtenidos de la contratación.</li><li>• Control adecuado de las asistencias del personal</li><li>• Control de faltas, permisos y asistencias personal</li><li>• Aprobación control de asistencias personal para su pago inmediato</li><li>• Las demás funciones que determine el jefe inmediato superior</li></ul>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.14.5.2. Contador

Tabla 50. Manual de Funciones Contador

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
<b>Nombre del encargado:</b>	Contador
<b>Dependencia:</b>	Jefe Administrativo
<b>Perfil del cargo:</b>	Profesional en Contaduría Pública (Contador Público Autorizado)
<b>Objetivo principal:</b>	Determinar el estado económico de la organización y mantener la contabilidad al día.
<b>Funciones o Responsabilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas.</li><li>• Llevar en orden los libros mayores.</li><li>• Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.</li><li>• Asesorar al gerente y a la junta directiva.</li><li>• Las demás funciones que determine el jefe inmediato superior</li></ul>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.14.5.3. Operarios

Tabla 51. Manual de Funciones Operario

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
<b>Nombre del encargado:</b>	Operarios
<b>Dependencia:</b>	Jefe de producción
<b>Número de cargos:</b>	2
<b>Perfil del cargo:</b>	Requisito mínimo bachiller
<b>Objetivo principal:</b>	Mantener la maquinaria en buen funcionamiento para una excelente producción de la pulpa de frutas.
<b>Funciones o Responsabilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificación de materia prima.</li><li>• Analizar calidad de producción.</li><li>• Verificación y manejo adecuado de la maquinaria.</li><li>• Las demás funciones que determine el jefe inmediato superior</li></ul>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.14.5.4. Asistente comercial

Tabla 52. Manual de Funciones Asistente Comercial

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
<b>Nombre del encargado:</b>	Asistente comercial
<b>Dependencia:</b>	Gerencia
<b>Perfil del cargo:</b>	Ingeniería Comercial o afines.
<b>Objetivo principal:</b>	Verificar, ofrecer, despachar y enviar la mercancía que se comercializa en la organización.
<b>Funciones o Responsabilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Despacho de pedidos y entrega de factura al cliente.</li><li>• Entrega de orden de pedidos a secretaria.</li><li>• Verificación de la entrega de mercancías al cliente.</li><li>• Verificación de la existencia de la mercancía en el sistema para su distribución.</li><li>• Realizar órdenes de pedido.</li><li>• Las demás funciones que determine el jefe inmediato superior</li></ul>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.14.6. Imagen Empresarial

#### 3.14.6.1. Misión

“Somos una microempresa industrial de frutas líder en el Norte y Occidente de la Provincia del Carchi - Ecuador con producción agroecológica de cultivos propios, reconocidos por su calidad, rendimiento, aroma y sabor, reuniendo los más altos estándares de cumplimiento y confiabilidad” (Asociación El Edén, 2019).

#### 3.14.6.2. Visión

“La Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” será una empresa despulpadora de frutas posicionada en el mercado por su calidad en sus productos, a nivel nacional e internacional que trabaja con altos estándares de calidad logrando rentabilidad para sus asociados y generando fuentes de trabajo para las comunidades de Chilmá Bajo y Santa María” (Asociación El Edén, 2019).

### 3.14.6.3. Objetivos de la empresa

A continuación, se puede observar los objetivos que han planteado la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”.

- Incrementar las ventas de frutas tropicales de alta calidad.
- Aumentar la rentabilidad de los productos.
- Alcanzar el reconocimiento de la marca Chilmá Frut en el mercado nacional e internacional.
- Innovar constantemente los productos.
- Fidelizar a los clientes a largo plazo.

### 3.14.7. Matiz FODA

“Es una herramienta necesaria en vista de que está diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) externo (Oportunidades y Amenazas) en la organización, además de que es una estrategia de negocio” (Leiva, 2016, párr.1).

*Tabla 53.* Análisis FODA Asociación "El Edén"

Fortalezas		Oportunidades	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Producción competitiva durante todo el año.</li><li>• Trabajo en equipo.</li><li>• Organización legalmente constituida.</li><li>• Asociación con proveedores de materia prima.</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerte demanda por empresas de jugos, néctares, de pulpa, heladerías, mermeladas.</li><li>• Mayor conciencia social en el consumo de frutas.</li><li>• Apoyo gubernamental a emprendimientos.</li><li>• Participación en ferias internacionales.</li></ul>	
Debilidades		Amenazas	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento en cuanto al proceso logístico</li><li>• Toda la producción se destina solo al mercado nacional.</li><li>• No cuenta con el empaque apropiado para los productos que oferta.</li><li>• Falta de aplicación de marketing digital.</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento de intermediarios</li><li>• Enfrentarse a competencias potenciales.</li><li>• Preferencias de productos sustitutos.</li><li>• Exigencias en mercados internacionales en cuanto a certificaciones.</li></ul>	

*Fuente:* Observación de campo (2019)

### 3.14.8. Procesos

#### 3.14.8.1. Mapa de procesos

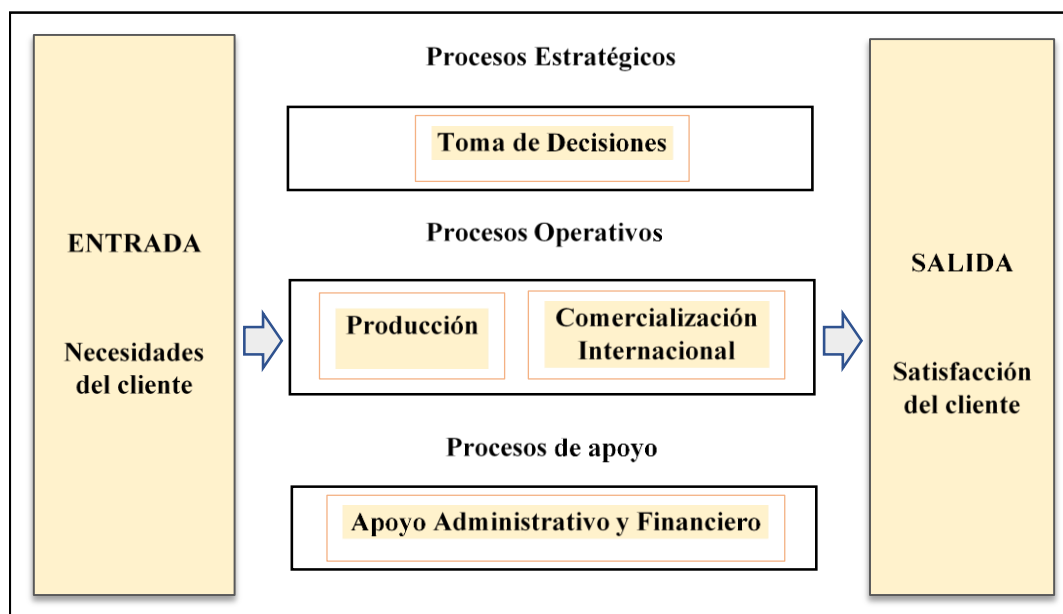



Figura 14. Mapa de procesos  
Fuente: Asociación El Edén (2019)

#### 3.14.8.2. Descripción de procesos

##### 3.14.8.2.1. Producción

Tabla 54. Ficha de Procesos de Producción.

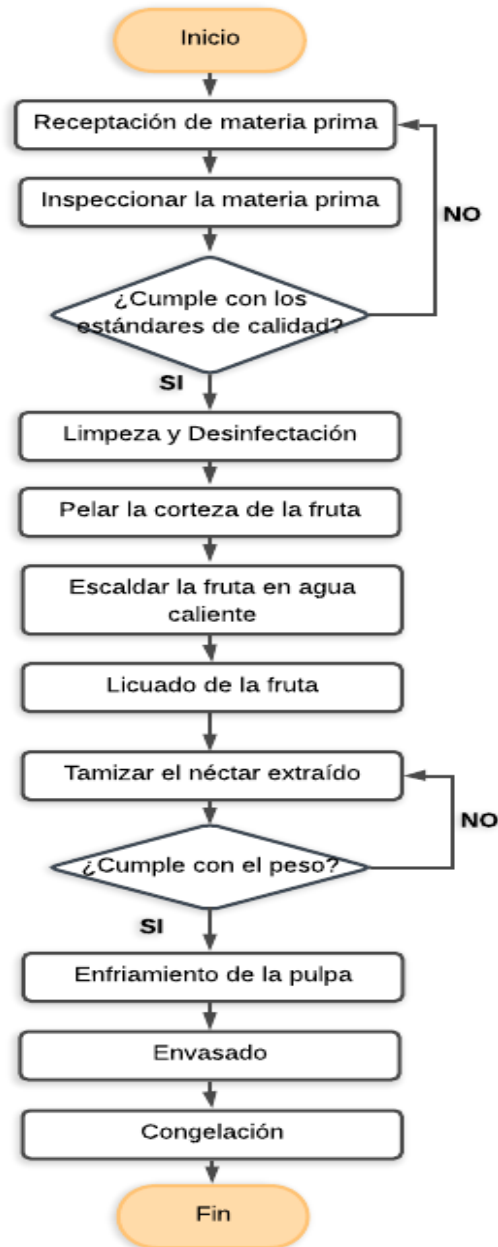
		Proceso de producción	Código N° 001
<b>Responsable:</b>	Jefe de producción		
<b>Objetivo:</b>	Verificar la materia prima, las cantidades y la calidad de la producción de la pulpa de naranjilla.		
<b>Alcance:</b>	Inicia en la recepción de la materia prima hasta la obtención del producto terminado.		
<b>Detalle</b>			
<b>Responsable</b>	<b>Pasos</b>	<b>Documento</b>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de la fruta</li> <li>2. Limpieza y desinfección</li> <li>3. Pelar la corteza de la fruta</li> <li>4. Escaldar la fruta en agua caliente</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Checklist del proceso</li> <li>• Informes de producción</li> </ul>	

**Operarios**

- 5. Licuado de la fruta
- 6. Tamizar el néctar extraído
- 7. Enfriamiento de la pulpa
- 8. Envasado
- 9. Congelación

- Control de calidad del producto

**Flujograma proceso de producción**




**Medición y seguimiento del proceso**

Indicador	Forma de cálculo	Periodo de cálculo	Responsable
<b>Controles de calidad</b>	Total, unidades de calidad	Por producción	Operarios

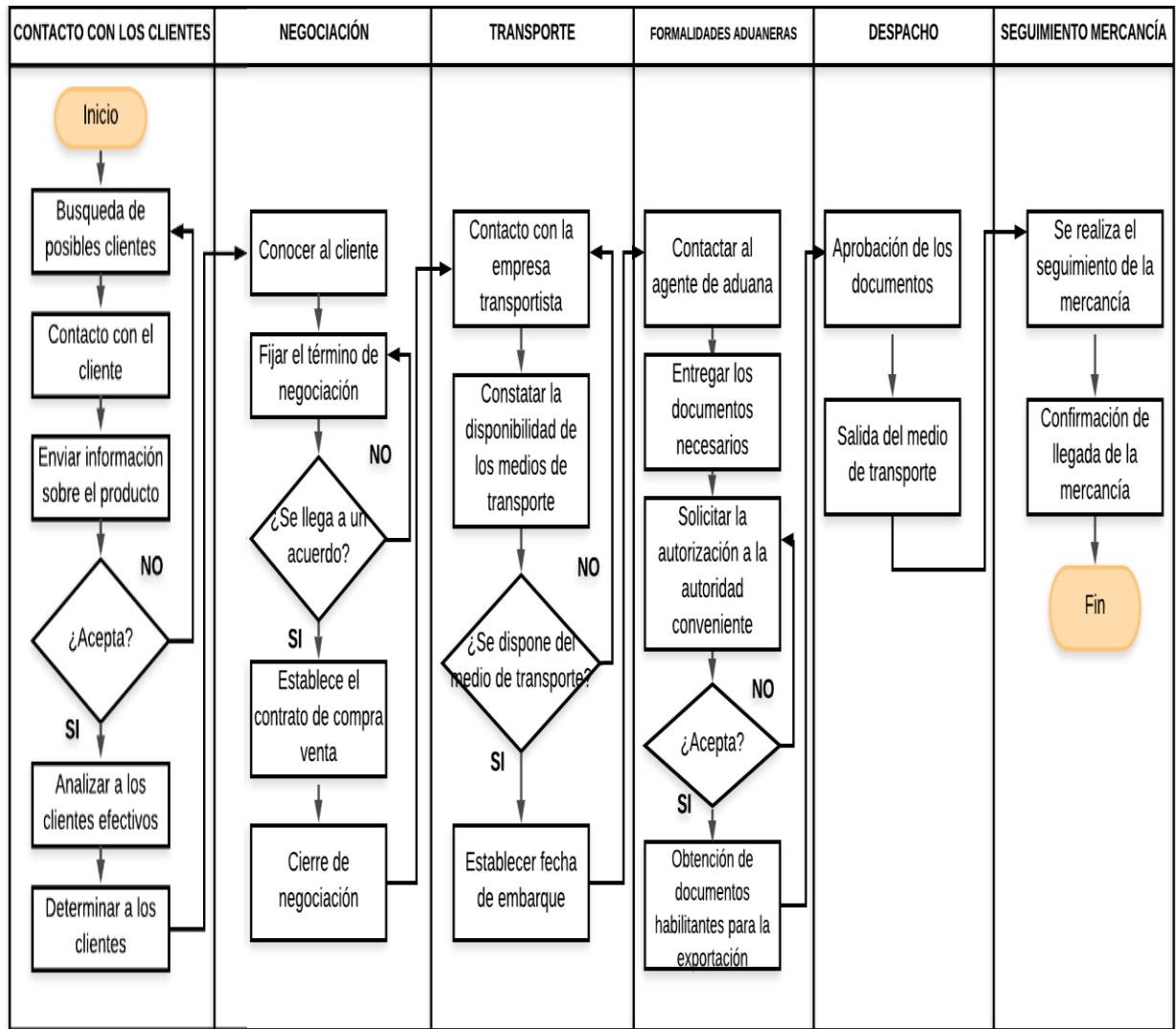
Fuente: Asociación El Edén (2019)

### 3.14.8.2.2. Comercialización Internacional

Tabla 55. Ficha de Proceso de Comercialización Internacional

	<b>Proceso de comercialización internacional</b>		<b>Código N° 002</b>
<b>Responsable:</b>	Asistente Comercial		
<b>Objetivo:</b>	Realizar la respectiva documentación para la exportación del producto.		
<b>Alcance:</b>	Inicia con el contacto al cliente y termina con la entrega del producto al cliente o cierre de la negociación.		
<b>Detalle</b>			
<b>Responsable</b>	<b>Pasos</b>	<b>Documento</b>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Búsqueda de empresas para vender el producto</li> <li>2. Contacto con la empresa</li> <li>3. Realizar el envío de información del producto</li> <li>4. Acercamiento con el cliente</li> <li>5. Fijar el término de negociación.</li> <li>6. Establecer el contrato de compra y venta.</li> <li>7. Cierre de negociación.</li> </ol>		
<b>Gerente</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Contacto con la empresa transportista</li> <li>9. Establecer fecha de embarque</li> <li>10. Contactar al agente de aduana</li> <li>11. Entregar los documentos necesarios al agente de aduana.</li> <li>12. Solicitar la autorización a la autoridad conveniente.</li> <li>13. Obtención de los documentos habilitantes para la exportación.</li> <li>14. Salida del medio de transporte</li> <li>15. Se realiza el seguimiento de la mercancía.</li> <li>16. Confirmación de llegada de la mercancía.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Documentos de acompañamiento</li> </ul>	

### Flujograma de proceso de comercialización internacional



#### Medición y seguimiento del proceso

Indicador	Forma de cálculo	Periodo de cálculo	Responsable
Exportaciones realizadas	Unidades entregadas	Por envío	Asistente comercial

Fuente: Asociación El Edén (2019)

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

A continuación, se puede observar los precios de los productos similares a la pulpa congelada de naranjilla en el mercado de Houston - Texas, dicha información se logró recopilar a través de tiendas o plataformas de comercio electrónico Walmart. Mediante los precios referenciales se puede determinar la competitividad de la empresa frente a la competencia.

**Tabla 56.** Precio referencial de la competencia

Producto	Descripción	País de origen	Precio
	Pulpa congelada de lulo peso neto 900 gramos	Perú	\$8.78
	Lulo natural pulp peso neto 500 gramos	Canadá	\$4.67
	Pulpa congelada peso neto 900 gramos	Chile	\$8.01
	Pulpa líquida de naranjilla peso neto 500 gramos	Ecuador	\$ 4.19

*Fuente:* Walmart (2019)

El precio referencial va en relación a la presentación del producto, a la calidad, cantidad y al tipo de envase. Como se observa en la tabla 56 se realizó un sondeo rápido de mercado a través de Walmart e información relevante que se obtuvo del Consulado de Ecuador en Houston, en el que se puede evidenciar que por lo general el peso neto de este producto es de 900 a 1000 gramos y su precio está entre los 8 USD a 9 USD resultando un poco costosa para el consumidor final, sin embargo, la presentación de 500 gramos se encuentra en un promedio máximo de \$4,67 dólares.

Entonces para el caso del precio de venta de la pulpa de naranjilla de 500 gramos al mercado de Houston – Texas la Asociación “El Edén” establece a un precio 2,27 USD considerando que es un precio relativamente accesible al consumidor final.

### 3.14.10. Propuesta comercial para el empaque de la pulpa de naranjilla

Para poder realizar una adecuada comercialización de pulpa de naranjilla al mercado de Estados Unidos – Ciudad de Houston es necesario tomar en cuenta las normas legales de este país, es por ello que se debe cumplir con una adecuada presentación tanto del producto, empaque, embalaje y etiquetado.

#### 3.14.10.1. Empaque, embalaje y etiquetado

##### 3.14.10.1.1. Empaque

El empaque protege al producto y facilita la entrega al consumidor final, tiene un papel muy importante porque además de que permite que llegue en óptimas condiciones es una de las formas para atraer al comprador, pues muchas de las veces se fijan en la presentación para comprarlo (Castro, 2017).



Figura 15. Modelo original del empaque  
Fuente: Asociación El Edén (2019)



Figura 16. Propuesta comercial del empaque del producto  
Fuente: Administración de Alimentos y Medicamentos (2019).

Se presentará mediante el empaque de bolsa plástica de polietileno que contendrá 500 gramos del peso neto del producto (pulpa de naranjilla), sus dimensiones son de 13 cm de largo \* 23 cm de alto \* 3 cm de ancho, mantendrá la marca de la Asociación en estudio “Chilmá Frut” y cumplirá con todos los requerimientos del mercado óptimo, posteriormente será almacenado en un cuarto frío para alargar la vida útil y mantener las características del mismo como son sabor, color y textura.

#### **3.14.10.1.2. Embalaje**

El embalaje permite mantener, proteger y conservar al producto durante el transcurso del recorrido, facilitando de esta manera las operaciones de transporte al informar la identificación de su contenido, temperatura, naturaleza, entre otras condiciones de manejo del producto.



*Figura 17.* Embalaje del producto  
*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

- **Material de embalaje:** Cajas de cartón
- **Medidas del embalaje:** 40 cm largo \* 25 cm alto \* 30 cm ancho
- **Capacidad:** 32 unidades de 500 gramos

#### **3.14.10.1.3. Etiquetado**

El etiquetado es el principal medio de comunicación, tomando en cuenta que cada país tiene sus normas y reglamentos para los diferentes productos, en el caso de los Estados Unidos la etiqueta general debe cumplir con los siguientes parámetros que Food and Drug Administration (FDA) establece con la finalidad de garantizar alimentos seguros y de calidad para el consumo.

## Reglas de etiquetado de acuerdo con la FDA

De acuerdo con la FDA el etiquetado primeramente debe estar escrito como mínimo en inglés, no debe ser engañoso, es decir que si el producto no es 100% natural o contiene otros ingredientes que no estén plasmados en la etiqueta, la ley adopta las medidas oportunas (Administración de Alimentos y Medicamentos [FDA], 2019).

De igual manera se debe presentar claramente los aspectos como nombre del producto, la identidad, el contenido neto, el panel nutricional de cada uno de los productos alimenticios en el que este comprendido el total de las calorías, total de grasas, ácidos grasos saturados, colesterol, sodio, carbohidratos totales, fibra total, azúcares, proteínas, así como también el listado de ingredientes (Administración de Alimentos y Medicamentos [FDA], 2019).

El etiquetado debe contener nombre, dirección y teléfono de la distribuidora, exportador o vendedor y el país de origen del alimento, de igual manera la identificación del lote, las instrucciones de conservación y advertencia.



Figura 18. Diseño de la etiqueta para el mercado internacional  
Fuente: Administración de Alimentos y Medicamentos (2019).

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

Es fundamental tomar en cuenta que en el embalaje deben ir impresos todos los elementos necesarios, para que en el área de embarque se distinga la clase de producto que lleva cada una ellas, señalando de esta manera el puerto de entrada, país de origen, peso neto, dimensiones de la caja, pictograma de manejo, entre otros factores (Recillas, 2017).

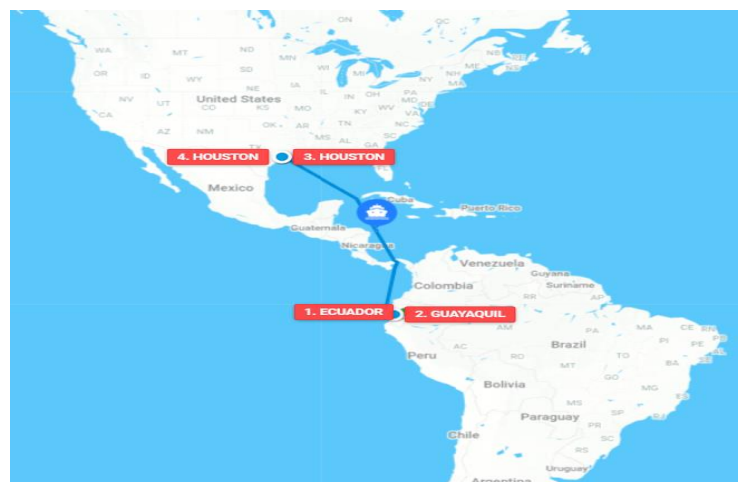


**Figura 19.** Marcado de la caja  
**Fuente:** Recillas (2017)

### 3.14.11 Medio de transporte

El medio de transporte que se utilizará para la exportación de pulpa de naranjilla es por vía marítima en vista de que el producto es congelado y requiere de un contenedor refrigerado para que se mantenga en óptimas condiciones. En este caso se debe optar por un contenedor de 40 pies Reefer con una capacidad máxima de alrededor de 29 toneladas, cabe recalcar que este medio de transporte tiene un costo reducido y su capacidad para transportar es mayor. Además, se utilizará el pallet europeo a fin de obtener un mejor aprovechamiento del espacio.

El puerto considerado para la exportación de la mercancía será el Puerto de Houston porque es apreciado como uno de los más importantes en todo el territorio estadounidense. Y esto se debe a que también es el puerto más ocupado del país en cuanto a ingreso de mercancía o tonelaje extranjero. De acuerdo con World Freight Rates (2019) y Pro Ecuador (2019) el tiempo en el que transcurra todo el proceso estará comprendido entre los 13 a 15 días y el valor de flete estimado desde el Puerto de Guayaquil al Puerto de Houston es de \$2500,00 USD. (Searates , 2019)

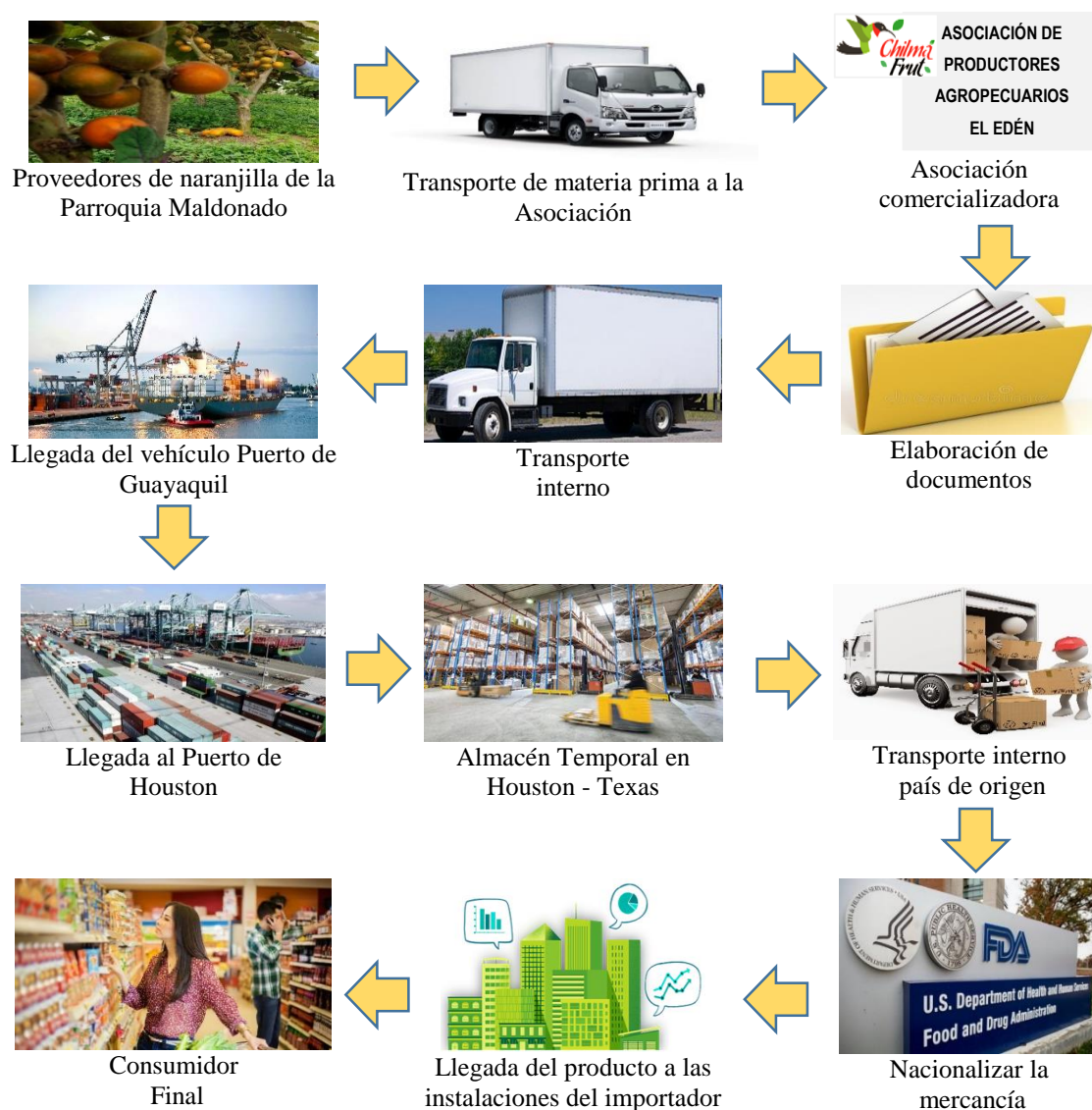


**Figura 20.** Ruta Transporte Internacional  
**Fuente:** Searates (2019)

### 3.14.12. Logística Internacional

El plan logístico es una herramienta esencial para la parte operativa de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” y empieza con los proveedores de materia prima, para luego ser transformada y finalmente comercializada en el mercado de Houston. A continuación, se presenta un modelo operativo.

Tabla 57. Logística Internacional



Fuente: PROMPERÚ (2015)

Como se puede observar el plan logístico de la Asociación “El Edén” empieza desde los proveedores que transportan la materia prima a la Asociación para que se realice la respectiva transformación y sea exportada al mercado de Houston.

Una vez que el producto tiene las características necesarias y paso por el respectivo proceso, se procede a gestionar los documentos para la exportación, se contrata el transporte

interno que va desde la Asociación “El Edén” hasta el Puerto de Guayaquil y hasta ahí terminan las obligaciones de la organización.

Una vez que la mercancía este a bordo del buque empieza la responsabilidad del importador realizando el pago del seguro y transporte internacional, ya cuando la mercancía llegue al Puerto de Houston deberá realizar el pago de las formalidades aduaneras para la pertinente nacionalización del producto.

### 3.14.12.1. Canal de distribución

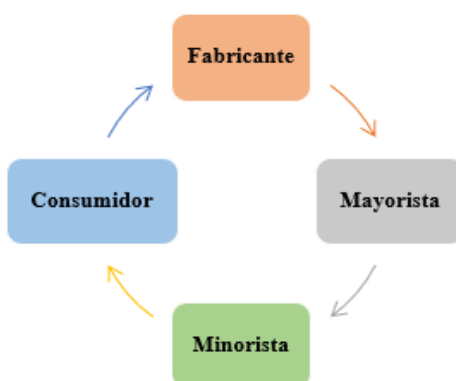
Para poder llegar al consumidor final es necesario determinar adecuadamente el tipo de canal de distribución que se va a escoger. A continuación, en la siguiente tabla se presenta los diferentes tipos de canales de distribución.

**Tabla 58.** Canal de distribución.

TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	
Fabricante – Consumidor	También conocido como canal directo y es uno de los más sencillos debido a que en este canal no se manejan intermediarios, la venta se la realiza de manera directa al consumidor final.
Fabricante – Detallista o Minoristas – Consumidores.	También conocido como canal detallista en este caso es necesario la intervención de intermediarios (minoristas o detallistas) para hacer llegar el producto al consumidor final.
Fabricante – Mayoristas – Detallistas o Minoristas – Consumidores.	También conocido como canal mayorista frecuentemente es utilizado por aquellos fabricantes que no están en la capacidad de hacer llegar el producto al consumidor final

**Fuente:** Giner (2019)





Considerando la tabla anterior se puede identificar que el correcto tipo de canal de comercialización para la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” es el canal mayorista, es decir del fabricante al mayorista de este al detallista o minorista y por último al consumidor final. Como se indica en la siguiente figura:



**Figura 21.** Canales de distribución.

A continuación, se puede identificar el canal de distribución que tendría la Asociación “El Edén” para realizar la exportación de pulpa de naranjilla al consumidor final. Cabe recalcar que se optó por una exportación indirecta por la falta de experiencia de la organización de estudio y porque está empezando a incursionar en el mercado internacional, de esta manera evita realizar los respectivos trámites para la exportación e ingresa al mercado de manera sencilla.

**Tabla 59.** Canal de distribución Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”.

Canal de distribución	Detalle
<p><b>Fabricante</b></p>  <p>ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS EL EDÉN</p>	<p>El canal de distribución empieza desde el fabricante o productor que en este caso es la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” de la Comunidad de Chilmá Bajo, los cuales se dedican a la producción y comercialización de pulpa de frutas en Ecuador.</p>
<p><b>Mayoristas</b></p> 	<p>Seguidamente se encuentran los mayoristas que en este caso serían las empresas importadoras de pulpa de frutas de Estados Unidos – Houston como son: The Fruit Company, Brothers Produce, Reyes Produce.</p>
<p><b>Minorista</b></p> 	<p>Como tercer eslabón para el canal de distribución se encuentran los minoristas que distribuyen las pulpas de frutas en este caso a supermercados, tiendas y mercados.</p>
<p><b>Consumidor Final</b></p> 	<p>El último eslabón de la cadena de distribución son los consumidores finales, es decir los compradores de pulpa de naranjilla de la ciudad de Houston, quienes buscan cuidar su salud con productos naturales, orgánicos, sin conservantes ni aditivos.</p>

*Fuente:* Pro Ecuador (2019), Asociación “El Edén” (2019)

### 3.14.13. Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción tienen la finalidad de atraer clientes, incrementar las ventas y llevar tanto la marca como el producto al consumidor final, pero para lograr lo antes mencionado la Asociación debe enfocarse en desarrollar estrategias esenciales que permitan dar a conocer las pulpas de frutas que ofertan en el mercado. Para este caso se considera que una de las formas sería a través de una página web, ferias internacionales y las denominadas misiones comerciales.

#### **Página web**

En la actualidad la tecnología ha ido avanzando y muchas de las pequeñas organizaciones están desaprovechando este gran recurso de marketing, por tal razón es

necesario que la Asociación “El Edén” cuente con una página web para que tenga la oportunidad de ser reconocida en el mercado internacional y pueda captar nuevos clientes, considerando que para la creación de esta herramienta no se necesita tener gran cantidad de dinero.

### **Misiones Comerciales**

“Son reuniones entre compradores y vendedores, generalmente estos eventos son realizados por instituciones públicas o empresas especializadas y tienen un enfoque sectorial, permite visitar un país o ser visitado para conocer más a fondo sobre los productos/servicios de la organización” (Espejo, 2018, p.24).

En resumen, se dirá que las misiones comerciales son una gran oportunidad para aquellos exportadores que no tienen mucha experiencia en este caso la Asociación de estudio, porque despierta el interés de iniciar negocios con futuros o actuales clientes potenciales y claramente en el país al cual se va exportar. En ocasiones las misiones se dan en las ferias internacionales a consecuencia de que ahí brindan información actualizada y notable sobre los productos que se está ofertando. En si representa un importante punto para realizar negociaciones con compradores internacionales.

### **Ferias Internacionales**

Por otro lado, las ferias internacionales son una herramienta importante de marketing que facilitan el acceso y permanencia de un producto en un determinado mercado. Ayudan a crear y conservar la imagen de un país, así como también permiten fortalecer la presencia de las empresas y sus productos dentro de un espacio global.

En las ferias internacionales se tiene la oportunidad de exhibir los productos que oferta la empresa, determinar a la competencia y conseguir contactos con los potenciales clientes o compradores (Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú, 2015).

Las ferias internacionales generan grandes oportunidades a los exportadores ecuatorianos porque consiguen establecer vínculos comerciales con determinados importadores y ampliar la cartera de contactos, de igual manera a través de ellas permite que los diferentes productos sean conocidos por potenciales clientes.

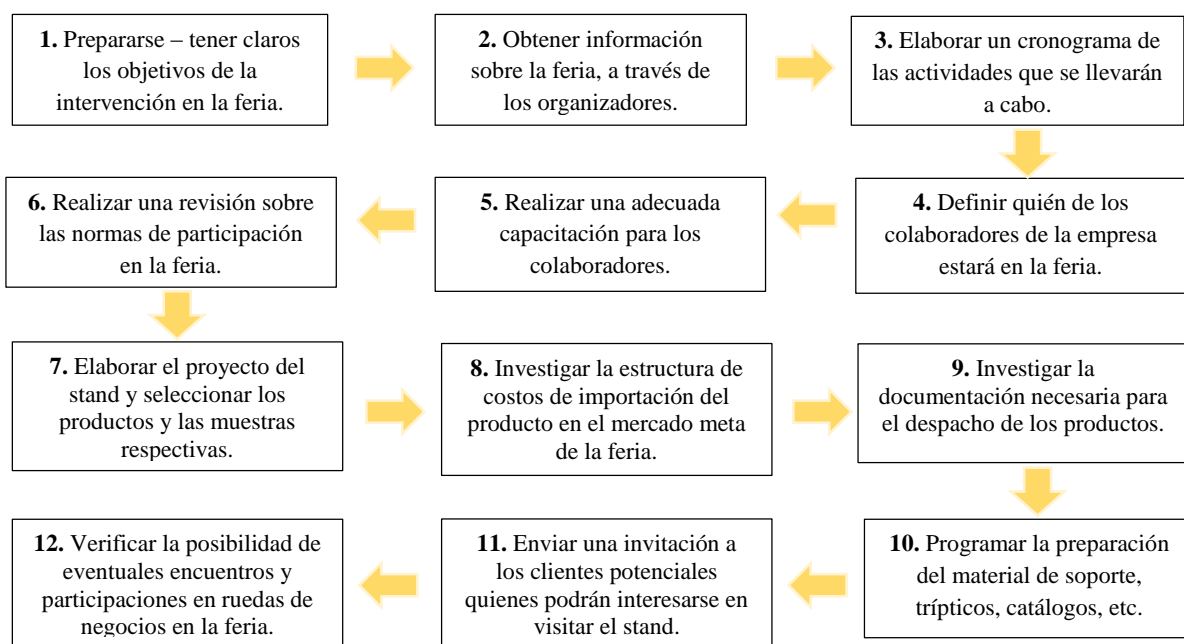
Según El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones – Pro Ecuador una de las principales ferias internacionales que se realiza en el país de Estados Unidos es NATURAL

PRODUCTS EXPO WEST a causa de que es un evento de producto naturales, orgánicos, principalmente para alimentos procesados, en el que participan alrededor de 77.000 profesionales de todo el mundo (Pro Ecuador, 2018).

Se la realiza cada año en el mes de marzo y su costo aproximado de participación es de \$3,166.00 dólares más impuestos, los cuales deberán ser transferidos a este país. Para el año 2020 la feria se llevará a cabo en la ciudad de Anaheim – Estados Unidos, del 3 al 7 de marzo (Pro Ecuador, 2019).

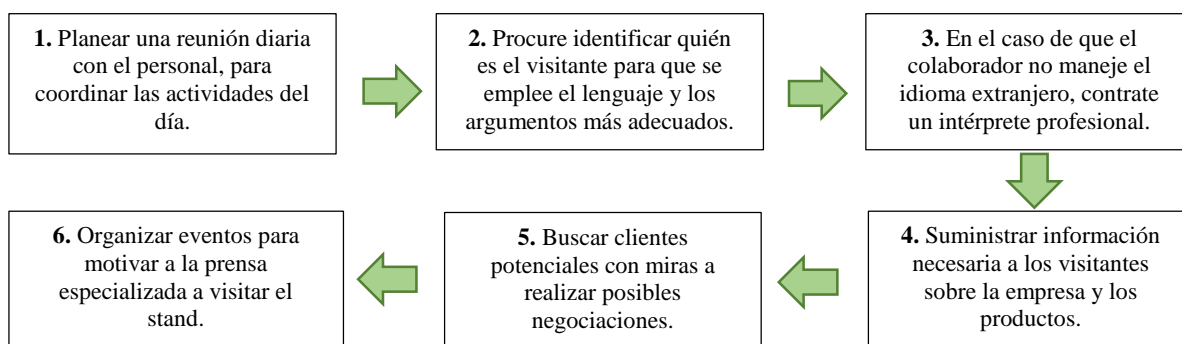
### Pasos que se deben realizar antes, durante y después de la feria internacional

#### ✓ Antes de la feria internacional



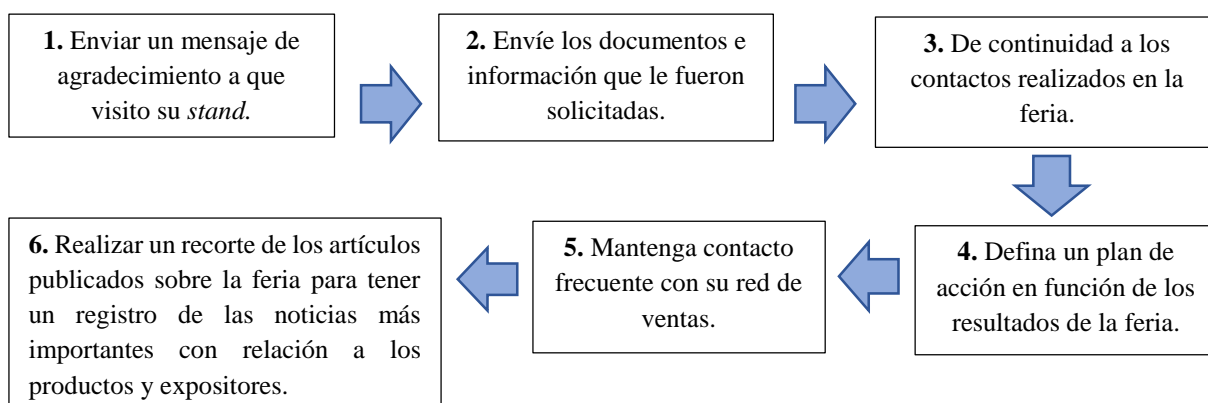
Fuente: Minervini (2015)

#### ✓ Durante la feria internacional



Fuente: Minervini (2015)

### ✓ Después de la feria internacional



*Fuente:* Minervini (2015)

### 3.15. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO

A continuación, se detalla información básica del producto de estudio con el propósito de que el comprador tenga conocimiento de los aspectos más relevantes del mismo, describiendo principalmente la partida arancelaria, unidad comercial de venta o presentación el producto y valor en fábrica.

*Tabla 60.* Información básica del producto

<b>INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO</b>	
Nombre técnico o comercial del producto	Pulpa de naranjilla
Posición arancelaria en el país exportador	0811.90.99.00
Posición arancelaria en el país importador	0811.90.99.00
Unidad comercial de venta	Unidad de 500 gramos
Divisa de negociación	Dólar - USD
<b>INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE</b>	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Puerto de Guayaquil
País de destino	Estados Unidos de América
Ciudad de punto de destino	Houston
Tipo de embalaje	Cajas de cartón
Tipo de unidad de carga	Contenedor Reefer 40 pies

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

#### 3.15.1. Cálculo del cubicaje de la mercancía

Con el fin de disminuir costos y utilizar al máximo el espacio del transporte se procede a realizar el cálculo del cubicaje, adecuando de mejor forma posible la mercancía en el

contenedor, cabe recalcar que es importante determinar tanto el peso como el volumen de la carga, por ello es necesario que se empiece por aprovechar el espacio de la caja en la que contendrá 32 fundas de pulpa de naranjilla.

A continuación, en la siguiente tabla se presenta el peso y medidas del pallet, de la caja master y empaque de la pulpa de naranjilla tanto a lo largo, ancho y alto respectivamente.

**Tabla 61.** Cálculo del peso

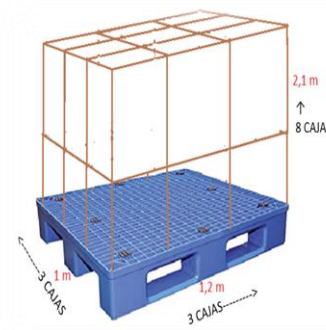
CÁLCULO DEL PESO			
Medidas	Medidas Pallet	Medidas caja	Medidas de la funda
N.º de unidades	1	1	1
Largo mts	1,2	0,4	0,13
Alto mts	2,1	0,25	0,23
Ancho mts	1	0,3	0,03
Volumen total del embarque m <sup>3</sup>	2,52	0,03	0,012
Peso por unidad kg	1152	16,0	0,5
Peso total del embarque ton	1,152	0,016	0,0005

**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la siguiente tabla se realiza el cálculo del cubicaje de la caja master, con la finalidad de determinar cuántas alcanzan en un pallet y cuál es su respectivo peso, además cabe mencionar que el software que se utilizó para realizar el respectivo cálculo es Cape Pack que es un programa de paletización y optimización de envases y embalajes.

**Tabla 62.** Cálculo del cubicaje cajas

CAJAS EN EL PALLET			
Cálculo de cubicaje	Medidas Pallet	Medidas Caja	Estimación espacio
N.º de unidades	1	72	
Largo mts	1,2	0,4	3
Alto mts	2,1	0,25	8
Ancho mts	1	0,3	3
volumen total del embarque m <sup>3</sup>	2,52	0,03	84
Peso por unidad kg	1152	16	72
Peso total del embarque ton	1,152	0,016	0,0720



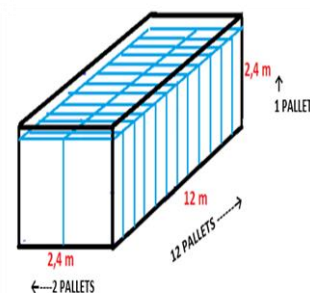
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Una vez realizado el cálculo del cubicaje en base a las medidas del pallet y de la caja, se obtiene como resultado que en un pallet alcanzan 72 cajas master que contendrán 32 fundas de pulpa de naranjilla de 500 gramos, lo que quiere decir que a lo largo alcanzan 3 cajas, a lo alto 8 cajas y a lo ancho 3 cajas.

A continuación, se realiza el cálculo del cubicaje de los pallets, con la finalidad de determinar cuántos alcanzan en el contenedor, especificando su respectivo peso.

**Tabla 63.** Cálculo del cubicaje pallets

<b>PALLETS EN EL CONTENEDOR</b>			
<b>Cálculo de cubicaje</b>	<b>Contenedor 40 ft</b>	<b>Pallet</b>	<b>Estimación por espacio</b>
N.º de unidades	1	24	
Largo mts	12	1	12,0
Alto mts	2,4	2,1	1,0
Ancho mts	2,4	1,2	2,0
volumen total del embarque m3	69,12	2,52	27
Peso por unidad kg	27648	1152	1152
Peso total del embarque ton	27,650	0,002	1,1520



**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En cuanto a lo que se refiere al cálculo del cubicaje en el contenedor Reefer de 40 pies se obtiene que alcanzan 24 euro pallets, es preciso mencionar que se utiliza este tipo de vehículo por la capacidad máxima que presenta que es de alrededor de 29 toneladas y los envíos se los realizará trimestralmente. También cabe recalcar que un adecuado cubicaje permite reducir el valor del flete.

### 3.15.2. Incoterms

Es de suma importancia establecer el término de negociación para la respectiva exportación de pulpa de naranjilla en vista de que nos ayuda a determinar cuáles son las obligaciones y los riesgos tanto del importador como del exportador a lo largo de todo el proceso (Luévano & Flores, 2013).

**Tabla 64.** Cálculo de Incoterms

<b>INCOTERMS</b>	<b>Valor Total</b>
Costos de producción	178.990
Gastos Operacionales	25.635
<b>EXW</b>	<b>204.625</b>
Manipulación local	70
Unitarización	690
<b>FCA/FAS</b>	<b>205.385</b>
Transporte interno	1.600
Manipuleo Embarque	150
Documentación	256
<b>FOB</b>	<b>207.391</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

“El término Free On Board (FOB) que significa Libre a Bordo es un incoterm característico del transporte marítimo y es el más utilizado en las transacciones comerciales internacionales, básicamente se usa para cargar elementos como contenedores” (Kanvel, 2017, p.3).

Se ha utilizado el presente término FOB porque se considera el más conveniente para la comercialización, por la reducción de los gastos de exportación y por la responsabilidad y riesgo que tiene el vendedor desde que inicia la producción hasta cuando la mercancía ya este a borde del buque en el Puerto de Guayaquil, realizado todo este proceso empieza la responsabilidad del comprador.

A continuación, en la siguiente tabla se puede observar el precio de venta por unidad comercial y precio de venta por caja en relación al término FOB.

**Tabla 65.** Término de negociación FOB

<b>FOB</b>	<b>211.816</b>
C/U	1,98
<b>Utilidad</b>	<b>15%</b>
Precio de venta unidad comercial	2,27
Precio de venta por caja	72,64

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

De igual manera se establece el costo de venta de la pulpa de naranjilla de 500 gramos en el mercado estadounidense (país destino) mediante el término DDP donde la responsabilidad es del comprador.

**Tabla 66.** Término de negociación DDP

<b>FOB</b>	<b>211.816</b>
C/U	2,20
<b>Utilidad</b>	<b>15%</b>
Precio de venta unidad comercial	2,53
Precio de venta por caja	80,96

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.15.5. Estimación de ventas sobre la pulpa de naranjilla

En la siguiente tabla se puede determinar que los envíos se los realizarán trimestralmente al mercado estadounidense y se cubrirá determinada parte de la demanda insatisfecha en los respectivos años. Cabe mencionar que, aunque la cobertura es mínima tanto la rentabilidad como los ingresos para la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” es considerado muy favorable.

**Tabla 67.** Estimación de ventas.

<b>DATOS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Oferta exportable TN</b>	240	245	250	255	260
<b>Demanda insatisfecha TN</b>	5457	5468	5479	5490	5501
<b>% De cobertura de la demanda</b>	4,4%	4,5%	4,6%	4,6%	4,7%
<b>Frecuencia de envío</b>	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral
<b>Número de envíos al año</b>	4	4	4	4	4
<b>Tn por envío</b>	59,98	61,18	62,40	63,65	64,92
<b>N.º Pallets</b>	52	53	54	55	56
<b>N.º de contenedor 40 ft</b>	2	2	2	2	2
<b>Estimación de ventas según embalajes (pallet) por envío</b>	48	48	48	48	48
<b>Estimación de ventas según unidad comercial cajas por envío</b>	3456	3456	3456	3456	3456
<b>Estimación de ventas según embalajes (cajas) al año</b>	13824	13824	13824	13824	13824
<b>Embalaje de fundas por envío</b>	110592	110592	110592	110592	110592

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio financiero tiene el objetivo de especificar si la investigación realizada tendrá éxito en cuanto a las ventas a nivel internacional, puesto que aquí se establece el costo de operaciones de producción, ventas y administración.

#### 3.16.1. Inversión Inicial

“Para ejecutar las operaciones de una empresa es indispensable comenzar con la inversión inicial en vista de que engloba la adquisición de todos aquellos activos fijos o tangibles como diferidos o intangibles” (Baca, 2013, p.175).

Para llevar a cabo la producción y comercialización de pulpa de naranjilla por parte de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” se requiere de una inversión inicial de \$111.327 dólares, dividida en activos fijos, capital de operación y gastos de constitución.

*Tabla 68.* Inversión inicial total

Concepto	Valor en USD
Activos Fijos	55.455
Capital de Operación	53.772
Gastos de Constitución	2.100
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$ 111.327</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

A continuación, se puntualiza más profundamente a cada uno de ellos:

##### 3.16.1.1. Activos Fijos

Los activos fijos son aquellos bienes necesarios para el cumplimiento de las operaciones de la organización. A continuación, en la tabla 69 se indican los activos fijos que la Asociación “El Edén” requiere para la elaboración del producto.

La Asociación “El Edén” ha invertido \$55.455 dólares en activos fijos de los cuales están divididos o distribuidos en la adquisición de terreno e infraestructura, maquinaria para la transformación de la pulpa de naranjilla, equipos de cómputo y muebles – enseres.

**Tabla 69.** Inversión fija

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>Total</b>
<b>Edificios - Infraestructura</b>			<b>40.000</b>
Terreno	1	40.000,00	40.000
<b>Maquinaria y Equipo</b>			<b>13.740</b>
Despulpadora de fruta	1	2.000	2.000
Selladora automática	1	750	750
Marmita	1	950	950
Balanza industrial	1	200	200
Cuarto frío	1	8.000	8.000
Lavadora de fruta	1	1.200	1.200
Cocina industrial	1	290	290
Mesa de acero y termómetro digital	1	350	350
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>915,00</b>
Escritorios	2	150	300
Sillón Ejecutivo	2	80	160
Archivadores	2	65	130
Mesas	3	50	150
Sillas de oficina	5	25	125
Teléfono	1	30	30
Calculadora	2	10	20
<b>Equipo de Computo</b>			<b>800,00</b>
Computador portátil	1	500	500
Impresora multifunción	1	300	300
<b>Total Activos Fijos - Inversión Fija</b>			<b>\$ 55.455</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16.1.2. Gastos de Constitución o Activos Diferidos

“Son denominados gastos de constitución o activos diferidos al conjunto de propiedades de una organización, necesarios para el buen funcionamiento de la misma entre ellos los gastos de constitución, permisos, registros, contratos de servicios, entre otros.” (Baca, 2013, p.175).

Los activos diferidos o gastos de constitución que se detallan a continuación se los establecen con la finalidad de que la Asociación “El Edén” tenga en orden toda su documentación y funcione legalmente en el país, invirtiendo de esta manera \$2.100 dólares.

**Tabla 70.** Activos Diferidos - Gastos de Constitución

<b>Concepto</b>	<b>Valor anual</b>
Honorarios Abogado	200
Gasto de Constitución	350
Pago notaria	100
Municipio	300
Permiso y Registros	1150
<b>Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución</b>	<b>\$2.100</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16.2. Capital de operaciones

“El capital de operaciones también es considerado como una inversión inicial pero su recuperación es a corto plazo a diferencia de los activos fijos y diferidos” (Baca, 2013, p.177). Esta se conforma por la mano de obra directa, materia prima, costos indirectos de fabricación, gastos de exportación, gastos administrativos, es decir todos aquellos elementos que permitan la producción de pulpa de naranjilla y consecutivamente su comercialización. A continuación, se puntualiza a cada uno de ellos:

#### 3.16.2.1. Proyección de los costos de producción

Son aquellos costos que han sido necesarios para la elaboración o transformación de la pulpa de naranjilla, entre ellos la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, así como se presenta a continuación en la tabla 71:

*Tabla 71.* Costos de producción – proyecciones

Costos de Producción			Total	Proyecciones Costos de Producción			
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Materia Prima Directa</b>			<b>143.770</b>	<b>145.996</b>	<b>148.256</b>	<b>150.552</b>	<b>152.883</b>
Naranjilla	110592	1,30	143.770	145.996	148.256	150.552	152.883
<b>Mano de Obra Directa</b>			<b>12.480</b>	<b>13.852</b>	<b>14.461</b>	<b>15.098</b>	<b>15.762</b>
Operario 1	1	6.240	6.240	6.926	7.231	7.549	7.881
Operario 2	1	6.240	6.240	6.926	7.231	7.549	7.881
<b>Costos Indirectos de Fabricación:</b>			<b>22.740</b>	<b>23.446</b>	<b>23.429</b>	<b>23.540</b>	<b>23.588</b>
Envase	110592	0,15	16.589	17.048	17.048	17.048	17.048
Embalaje	3456	0,30	1.037	1.256	1.275	1.295	1.315
Agua	12	30,00	360	366	371	377	383
Energía Eléctrica	12	50,00	600	609	619	628	638
Internet	12	20,00	240	244	247	251	255
Suministros de oficina	12	45,00	540	548	557	565	574
Depreciaciones			3.374	3.374	3.374	3.374	3.374
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>178.990</b>	<b>183.293</b>	<b>186.210</b>	<b>189.189</b>	<b>192.233</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

#### 3.16.2.2 Proyecciones Gastos administrativos

Son aquellos costos que se establecen para la administración de la organización tomando en cuenta: “Los sueldos del gerente general, gerente comercial, contador, así como las depreciaciones y amortizaciones” (Baca, 2013, p.174). Sin dejar de lado los servicios básicos y suministros que de igual manera son indispensables para el funcionamiento de la Asociación. A continuación, en la tabla 72 se detalla los respectivos gastos administrativos.

**Tabla 72.** Gastos administrativos – proyecciones

Gastos Administrativos			Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	1	22.697	22.697	25.209	26.318	27.476	28.685
Servicios Básicos	12	100	1.200	1.219	1.237	1.257	1.276
Suministros de Oficina	12	50	600	609	619	628	638
Suministros de Limpieza	12	30	360	366	371	377	383
Depreciaciones			358	358	358	358	358
Amortizaciones			420	420	420	420	420
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>25.635</b>	<b>28.181</b>	<b>29.324</b>	<b>30.516</b>	<b>31.760</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

A continuación, en la tabla 73 se puntualiza los sueldos para cada uno de los trabajadores de la Asociación “El Edén” en el primer año, conteniendo todos aquellos beneficios que fija el estado ecuatoriano.

**Tabla 73.** Sueldos administrativos

AÑO 1	N.º Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
Gerente general	1	650	650	7.800	394	650	325	0	737	870	10.039
Asistente Comercial	1	400	400	4.800	394	400	200	0	454	535	6.329
Contador	1	400	400	4.800	394	400	200	0	454	535	6.329
<b>Administrativos</b>	<b>3</b>	<b>1.450</b>	<b>1.450</b>	<b>17.400</b>	<b>1.182</b>	<b>1.450</b>	<b>725</b>	<b>0</b>	<b>1.644</b>	<b>1.940</b>	<b>22.697</b>
Operario 1	1	394	394	4.728	394	394	197	0	447	527	6.240
Operario 2	1	394	394	4.728	394	394	197	0	447	527	6.240
<b>Operarios</b>	<b>2</b>	<b>788</b>	<b>788</b>	<b>9.456</b>	<b>788</b>	<b>788</b>	<b>394</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>1.054</b>	<b>12.480</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16.2.3. Proyecciones de los Gastos de exportación

Son aquellos gastos que inciden en el proceso de salida y llegada de la mercancía es decir desde el país de origen (Ecuador) hasta el país de destino (Houston - Estados Unidos), haciendo hincapié en el término de negociación FOB. Los gastos de exportación son calculados de acuerdo al valor por unidad de cada trimestre y para obtener el precio anual se multiplica por los 4 envíos que se realizará al año. Considerando que el término de negociación es Franco a Bordo (FOB). A continuación, en la tabla 74 se describirán dichos gastos.

**Tabla 74.** Gastos de exportación - proyecciones

Gastos de Exportación			Total	Proyección Gastos de Exportación				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unitarización	4	690	2.760	2.803	2.846	2.890	2.935	
Manipuleo en origen	4	70	280	284	289	293	298	
Documentación	4	256	1.025	1.041	1.073	1.124	1.195	
Transporte interno	4	1.600	6.400	6.499	6.600	6.702	6.806	
<b>Total Gastos de Exportación (FOB)</b>			<b>10.465</b>	<b>10.627</b>	<b>10.808</b>	<b>11.009</b>	<b>11.233</b>	

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16.3. Estructura del Financiamiento

La Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” financiará el 70% del total de la inversión, mientras que el 30% será adquirido a través de un préstamo en la institución financiera BanEcuador a un monto de \$33.398 USD con una tasa efectiva del 10,21% correspondiendo para créditos productivos pymes y en un plazo de cinco años.

**Tabla 75.** Estructura de financiamiento

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	77.929
Capital Ajeno	30%	33.398
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>111.327</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16.4. Costo de capital promedio

Para poder establecer el costo capital promedio es necesario poder determinar la tasa activa que es del 9,76% y pasiva de 10,21% según datos obtenidos a través de la institución financiera BanEcuador.

**Tabla 76.** Costo de capital promedio

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento						
Recursos	Participación	Costo	Ponderación			
Capital propio	70%	9,76%	6,83%			
Capital ajeno	30%	10,21%	3,06%			
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>9,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>21.7%</b>	
			<b>Tasa de descuento ponderada</b>	<b>Tasa de riesgo</b>	<b>Tasa de descuento ajustada al riesgo</b>	

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

### 3.16.5. Estados Financieros

#### 3.16.5.1. Estado de Resultados

El estado de resultados permite determinar si la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” ha generado resultados positivos o no, es decir utilidad o pérdida neta, a través de los ingresos y gastos realizados en la producción y comercialización de pulpa de naranjilla (Baca, 2013, p.182).

A continuación, en la tabla 77 se presenta el estado de resultados proyectado para cinco años.

*Tabla 77.* Estado de resultados con financiamiento

<b>Estado de Resultados - Con Financiamiento</b>					
<b>Ingresos operacionales</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	250.989	258.389	262.530	266.746	271.033
Cantidad (Fundas)	110.592	110.592	110.592	110.592	110.592
Precio de venta (unidad)	2,27	2,34	2,37	2,41	2,45
(-) Costo de Producción Vendidos	178.990	183.293	186.210	189.189	192.233
Utilidad Bruta en Ventas	72.000	75.095	76.320	77.556	78.801
(-) Gastos Operacionales	36.100	38.808	40.132	41.525	42.993
Gastos Administrativos	25.635	28.181	29.324	30.516	31.760
Gastos de Exportación	10.465	10.627	10.808	11.009	11.233
Utilidad Operacional	35.900	36.288	36.189	36.031	35.807
(-) Gastos Financieros	3.162	2.585	1.946	1.238	455
Interés Bancario	3.162	2.585	1.946	1.238	455
Utilidad Neta Antes de Impuestos	32.738	33.703	34.243	34.793	35.352
(-) 15% Participación. Trabajadores	4.911	5.055	5.136	5.219	5.303
Utilidad Antes de Impuestos	27.827	28.647	29.107	29.574	30.049
(-) 25% Impuesto a la Renta	6.957	7.162	7.277	7.393	7.512
<b>Utilidad Neta</b>	<b>20.870</b>	<b>21.486</b>	<b>21.830</b>	<b>22.180</b>	<b>22.537</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

#### 3.16.6. Indicadores con financiamiento

“Los indicadores financieros muestran las relaciones existentes entre las diferentes cuentas de los estados financieros y se utilizan para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad” (Alcántara, 2013, p.2).

Los indicadores clave en este caso son (el VAN y el TIR) dado que el Valor Actual Neto permite determinar la viabilidad de un proyecto y “resulta de la suma de los flujos descontados en el presente y la resta de la inversión inicial lo que equivale a comparar todas aquellas ganancias esperadas contra todos los desembolsos imprescindibles para producir esas ganancias” (Baca, 2013, p.208).

Y la Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento por la cual el Valor Presente Neto es igual a cero y quiere decir que a mayor Tasa Interna de Retorno mayor rentabilidad, además es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Baca, 2013, p.210).

A continuación, se presenta los indicadores financieros con la finalidad de comprobar si el proyecto es viable.

**Tabla 78.** Flujo de Efectivo - Indicadores Financieros

<b>Año</b>	<b>FE</b>	<b>Fat. Act</b>	<b>Flujos Descontado</b>
0	(77.929)		
1	20.243	0,9100	18.420,37
2	20.010	0,8280	16.568,92
3	18.909	0,7535	14.247,49
4	26.689	0,6856	18.298,83
5	118.458	0,6239	73.904,91
		<b>SFED</b>	<b>141.440,52</b>
		I.I.	77.929,17
		<b>VAN</b>	<b>\$ 63.511,36</b>
		TIR	29,67%
		PR	3 años 9 meses
		C/B	1,81

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

Se puede determinar que el proyecto es rentable en vista de que se tiene una Tasa Interna de Retorno del 29,67% superior a la tasa de interés y un Valor Actual Neto de \$ 63.511,36 dólares. Así mismo se puede apreciar que el costo beneficio es de \$1,81 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se gana \$0,81 centavos de dólar y tiene un periodo de recuperación de 3 años 9 meses.

### **3.16.7. Punto de equilibrio**

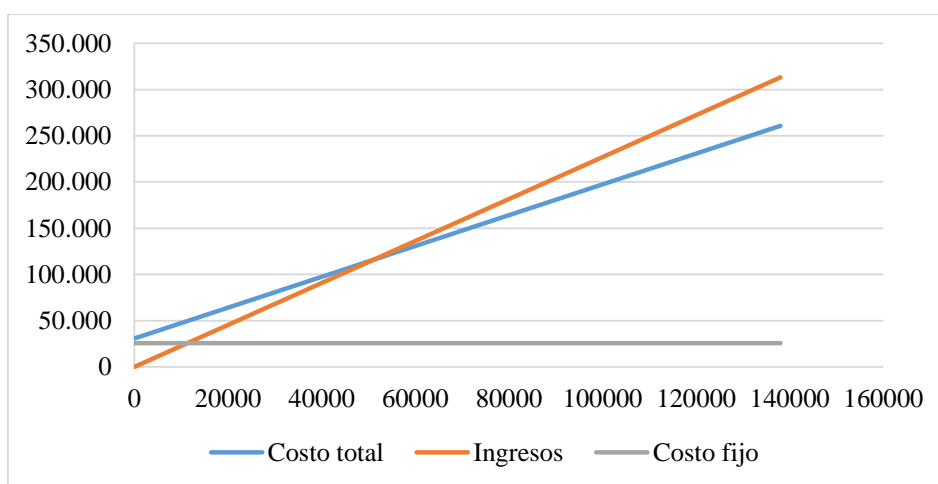
“Permite determinar qué cantidad de unidades debe producir la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” para exportar, con la finalidad de que las ventas sean iguales a los costos y no se genere ni perdidas ni ganancias” (Baca, 2013, p.179).

A continuación, en la tabla 79 se puede determinar el precio de venta de la unidad comercial, costos fijos y costos unitarios dando un total de 56.270 unidades que la Asociación “El Edén” debe producir en el primer año.

**Tabla 79.** Punto de equilibrio

Detalle	Año 2019	
	Fijos	Variables
<b>Costo de Producción</b>		
Materia Prima Directa		143.770
Mano de Obra Directa		12.480
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		
Envases		16.589
Embalajes		1.037
Servicios básicos	1.200	
Suministro	540	
Depreciación	3.374	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>5.114</b>	<b>173.876</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>25.635</b>	<b>10.465</b>
Gastos Administrativos	25.635	
Gastos de Exportación		10.465
<b>Gastos Financieros</b>	<b>3.162</b>	
Interés Bancario	3.162	
<b>Costos y Gastos Totales</b>	<b>33.911</b>	<b>184.340</b>
<b>Unidades</b>		<b>110.592</b>
<b>Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>0,31</b>	<b>1,67</b>
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>		<b>1,97</b>
<b>% Utilidad</b>		<b>15%</b>
<b>Precio de venta Unitario</b>		<b>2,27</b>
<b>P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)</b>		<b>56.270</b>

Fuente: Asociación El Edén (2019)



**Figura 22.** Punto de equilibrio

El precio de venta de cada unidad de pulpa de naranjilla de 500 gramos debería ser de \$2,27 dólares y para fijar el precio de venta de la caja master se multiplica por las 32 unidades dando como resultado \$72,64 dólares para el primer año.




## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

#### 4.1.1. Resultados Matriz POAM

Para poder determinar las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” se realizó una ponderación establecida por factores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, geográficos y culturales, con la finalidad de tomar la mejor decisión mediante la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM). A continuación, se presenta la conducta de cada país.

**Tabla 80.** Resumen de la Matriz POAM

RESUMEN ANÁLISIS	ESTADOS UNIDOS		PAÍSES BAJOS		ESPAÑA	
						
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
<b>Factores</b>						
Socioeconómicos	2,00	0,50	1,33	0,67	1,00	0,67
Factores políticos	0,83		0,83		0,83	
Factores legales	0,5	0,33	0,5	0,33	0,5	0,33
Factores demográficos	0,5		0,33		0,33	
Factores geográficos	0,83		0,83		1	
Factores culturales	0,33		1		0,5	
<b>Suma</b>	<b>5,00</b>	<b>0,83</b>	<b>4,83</b>	<b>1,00</b>	<b>4,17</b>	<b>1,00</b>
<b>Promedio</b>	<b>0,83</b>	<b>0,14</b>	<b>0,81</b>	<b>0,17</b>	<b>0,69</b>	<b>0,17</b>
<b>Ponderación</b>	<b>0,69</b>		<b>0,64</b>		<b>0,53</b>	

*Fuente:* Investigación (2019)

Realizado el respectivo análisis se obtuvo que mayores oportunidades se encuentran en Estados Unidos en vista de que se obtuvo una ponderación de 0,69 superior a los demás países. Además, muestra mayores ventajas y conforme se ha venido estudiando se pudo determinar que Houston - Texas es el mercado meta para realizar la exportación.

## **4.1.2. Resultados de la entrevista**

### **4.1.2.1. Entrevista aplicada al presidente de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”**

La Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” es una microempresa ecuatoriana que se encuentran ubicada en la Provincia del Carchi, en el Cantón Tulcán, Parroquia Maldonado, Barrio Chilmá Bajo en la vía Santa María a quinientos metros del estadio Aníbal Pozo. Está constituida desde el 1 de septiembre del 2011 y está conformada por 45 socios dedicados principalmente al cultivo de mora, naranjilla, tomate de árbol y granadilla.

Su producción se basa en la elaboración de pulpa de frutas congeladas y actualmente cumplen con las normativas de calidad nacionales, es decir cuenta con notificación sanitaria avalada por la ARCSA que son autorizaciones previas para la elaboración de la pulpa de fruta, de esta manera ofrecen al cliente productos seguros para el consumo.

La Asociación “El Edén” está representada por el presidente Henry Pozo; con la marca Chilmá Frut, actualmente sus productos son distribuidos en dos segmentos importantes que son: a) Clientes empresariales los cuales se dividen en distribuidores: punto de venta (Consortio Carchi Productivo), Supermercado Bastidas, AKÍ, etc. y b) Clientes finales: como restaurantes, hoteles, instituciones estatales como la Prefectura o el Municipio.

La Asociación cuenta con una estructura organizacional, donde se puede apreciar las principales funciones y las relaciones existentes entre ellas, su organigrama está conformado por la junta de socios, seguido de la gerencia general en el que se subdivide en departamento administrativo, departamento de producción y departamento de ventas; integrando en el administrativo al contador, en el de producción a los operarios y en el de ventas al asistente comercial.

El proceso productivo de la pulpa de naranjilla comienza con: 1<sup>o</sup> la recepción de la materia prima, 2<sup>o</sup> limpieza y desinfección, 3<sup>o</sup> pelar la corteza de la fruta, 4<sup>o</sup> escaldar la fruta en agua caliente (1000 C/1 min), 5<sup>o</sup> licuado de la fruta, 6<sup>o</sup> tamizar el néctar extraído, 7<sup>o</sup> enfriamiento de la pulpa (80 C), 8<sup>o</sup> envasado y etiquetado, 9<sup>o</sup> congelación del producto terminado.

La Asociación cuenta con alrededor de 99 hectáreas para el caso de la naranjilla y está en condición de producir 35.000 kilos, cerca de 35 toneladas mensuales en vista de que este producto se da en todos los meses del año por la ubicación geográfica y variedad de clima.

En lo referente a la exportación de la pulpa de naranjilla hacia el mercado internacional el presidente Henry Pozo manifiesta que actualmente la asociación no se encuentra exportando por motivos de desconocimiento tanto en el proceso de exportación, mercados a los cuales puede ingresar y requisitos que son necesarios para la respectiva comercialización. Además, menciona que están en la capacidad de incrementar la producción a través de convenios con otras asociaciones de la Parroquia. Con la finalidad de que su producto sea conocido en otros mercados internacionales y se incremente las ventas.

#### **4.1.2.2. Entrevista aplicada al funcionario de PRO ECUADOR.**

Los principales aportes de la entrevista realizada al ingeniero Oscar Ruano Especialista Sectorial de la Zona 1 es referente a los requisitos y características que se necesitan para poder ingresar pulpa de frutas al mercado internacional, mencionando que es muy importante el tema de calidad a causa de que se debe cumplir con las normas internacionales requeridas en el exterior desde las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) hasta un Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), que es un sistema de seguridad alimentario en Estados Unidos para productos del mar, pulpas y jugos de fruta, adicional a ello también se puede complementar con una ISO 22000 que sobre todo habla acerca de la inocuidad alimentaria.

Dentro del proceso logístico lo primero que se debe tomar en cuenta es que el depósito o almacenamiento de la mercancía tenga todas las características que abaliza Agrocalidad, luego de ello está el transporte con ciertos niveles de inocuidad y adicional a ello la cadena de frío, esto desde que sale la fruta hasta que llega al aeropuerto, puerto o camión, entonces se debe analizar y mantener siempre los menos 50 grados centígrados para que el producto sea asequible en el mercado internacional.

En cuanto al método de ingreso al mercado internacional considera que una de las formas principales es la promoción comercial es decir buscar una cartera de clientes, participar en ferias internacionales que se realizan en Estados Unidos, e inversiones, en condiciones de cumplir con todo lo que conlleva a empaques, envases, embalajes, cadena de frío, trazabilidad, respetando siempre todas las condiciones para tener un rápido acceso al mercado.

Las cadenas de distribución por lo general se presentan cuando ya se hace una negociación debido a que se presentan muchas formas, pero en este caso se hace necesario que exista un comprador y tenga un interés por él mismo, entonces no se puede desechar el bloque ni el intermediario porque todos cumplen su tema de procesos. Pero lo que se procura o sugiere es que la exportación sea de forma directa y esa es la interacción que se tiene en base a las oficinas comerciales. Sin embargo, se debe de tomar en cuenta que muchas de las empresas están empezando a incursionar en el mercado es por ello que optan por la exportación indirecta.

Pro Ecuador como institución pública proporciona información y capacita a las diferentes organizaciones mediante la búsqueda de mercados internacionales a los cuales sus productos pueden ingresar sin ningún tipo de dificultad, evalúa y fomenta proyectos exportadores, como también apoya mediante ferias para que los productos que ofertan las diferentes empresas sean reconocidos en el mercado.

#### **4.1.2.3. Resultados de la entrevista aplicada al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Agrocalidad y Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Carchi.**

##### **Entrevistados**

- Ing. Edwin Reina: Analista de Sanidad Vegetal de Agrocalidad.
- Ing. Joffre Morillo: Promotor de Emprendimientos Productivos del GAD de la Provincia del Carchi.
- Ing. Darwin Rueda: Técnico Agrícola - MAG

Los principales aportes que se obtuvieron de las diferentes instituciones son referentes al proceso de producción y a los requisitos que se necesitan para ingresar pulpa de naranjilla al mercado internacional.

Mencionando primeramente que la Provincia del Carchi posee una gran vocación agrícola por la posición geográfica en la que se ubica, tiene varios pisos climáticos y cuenta con diversas clases de frutas tropicales, entre ellas se encuentra: mora, tomate de árbol, maracuyá, naranjilla entre otras., que son muy apetecidas en los mercados nacionales e internacionales tanto en estado natural como con valor agregado.

Cabe recalcar que la provincia del Carchi posee una gran ventaja comparativa porque tiene una producción continua lo que quiere decir que hay comercio todo el tiempo durante los doce meses del año. Además, la producción de naranjilla se da principalmente en las zonas del

norte y sur occidente de la provincia entre ellos se encuentra Chical, Maldonado, Jacinto Jijón, Chilmá Bajo, Carmelo, Gualchan, Gualtal y Quinshul, donde el producto es ofertado como fruta fresca durante todos los meses del año, pero parte de ella termina dañándose. Por tal razón generar valor agregado es una gran oportunidad para los productores a causa de que desde el hecho de llegar a industrializar dicho producto permite mitigar la perecibilidad y no se descompondrá de forma sencilla por motivos como la temperatura, la humedad y la conservación.

Sin embargo, no hay que dejar de lado el suceso de que antes de realizar la industrialización se cumpla con las respectivas capacitaciones a los productores en lo referente a temas de Buenas Prácticas Agrícolas – BPAS, así como en lo referente a productos orgánicos. Es decir, menos químicos para que mejoren tanto la producción, como el cuidado del cultivo, obteniendo de esta manera una naranjilla de calidad asegurando así una alimentación sana al consumidor final y cumpla con todas las normas para exportar a mercados internacionales.

En lo referente a los requisitos que se necesitan para el ingreso a mercados internacionales es dependiendo de cada país, por ello la clave primordial es realizar un análisis previo del mercado al cual se quiere llegar y al que se pueda satisfacer las necesidades de los consumidores. En este caso como es un alimento procesado requiere de Notificación Sanitaria o contar con el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura que lo emite la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia – ARCSA el cual debe estar actualizado.

Y en el caso de la exportación a Estados Unidos de acuerdo a la Guía de Agrocalidad se debe cumplir con la certificación fitosanitaria de exportación e inspección fitosanitaria en el punto de ingreso. Del mismo modo se debe contar con un buen envase y etiqueta acorde al mercado con la finalidad de que se permita el ingreso del producto sin ninguna dificultad.

La exportación de pulpa de naranjilla al mercado internacional generará mejores y mayores ingresos económicos, optimizará la calidad de vida de los pequeños y medianos productores de la Provincia, se llegaría a mejorar los precios del producto, se incrementaría las ventas y generaría más fuentes de empleo y en el caso de que se tenga mayor aceptación se buscaría nuevos nichos de mercado, además se tendrá la oportunidad de motivar a los agricultores para que tengan la iniciativa de industrializar sus productos.

Las diferentes entidades tienen su respectivo funcionamiento por ende tienen la responsabilidad de brindar apoyo a los pequeños y medianos productores de la Provincia del Carchi.

**Agrocalidad.**, ayuda con la inspección y certificación a los pequeños productores para que cumplan con las normas exigidas por el país al cual se quiera exportar.

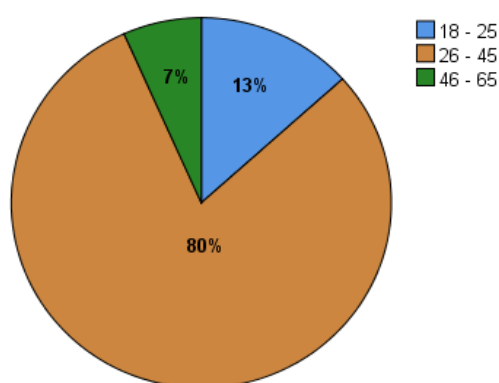
**GAD de la provincia del Carchi.**, apoya y fortalece la comercialización de los pequeños productores que por lo general están asociados por ejemplo la comercialización de los productos de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”.

**MAG.**, hace seguimiento a los cultivos dando tratamientos para que el producto salga en excelentes condiciones, apoya en charlas y capacitaciones para la industrialización mediante procesos de agriculturas orgánicas o Buenas Prácticas Agrícolas – BPAS y enseña a utilizar biocontroladores para que no se utilice químicos. Además, apoya en ferias agropecuarias locales.

#### 4.1.3. Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de “El Edén”

##### Pregunta 1.- Rango de edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
18 – 25	6	13,3
26 – 45	36	80,0
46 – 65	3	6,7
Más de 66	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

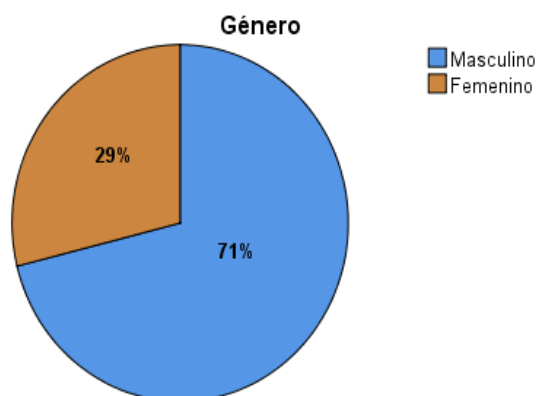


**Figura 23.** Rango de edad de los socios del "Edén"  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Una vez determinado el rango de edad de los asociados del Edén, se pudo establecer que el 80% de las personas es decir 36 de los encuestados se encuentran en un rango de edad de entre los 26 a 45 años, mientras que el 13% es decir 6 personas tienen de entre 18 a 25 años y solo el 7% se encuentran entre los 46 a 65 años que corresponde a 3 personas.

## Pregunta 2.- Género

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	32	71,1
Femenino	13	28,9
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

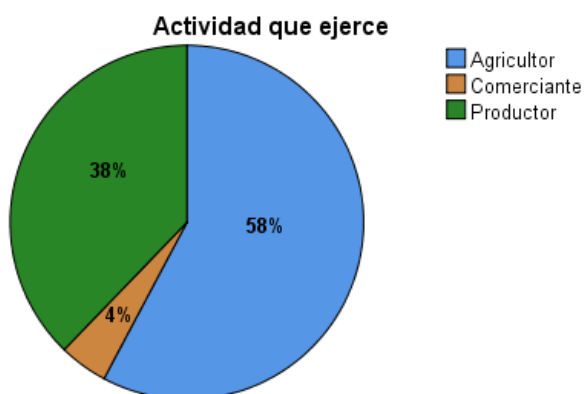


**Figura 24.** Género  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Se puede apreciar en la figura 24 que de los 45 encuestados de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” el 71% son hombres que corresponde a 32 personas y el 29% son mujeres que corresponde a 13 personas, dando como resultado que el género masculino tiene más participación en la Asociación de estudio.

## Pregunta 3.- Actividad que ejerce

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Agricultor	26	57,8
Comerciante	2	4,4
Productor	17	37,8
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

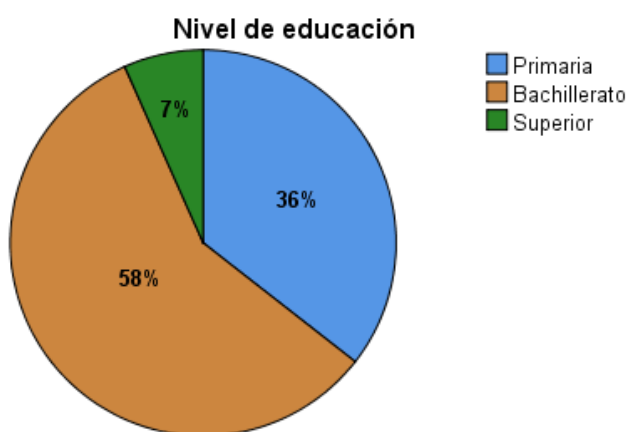


**Figura 25.** Actividad que ejerce  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la figura 25 se puede determinar que el 58% de los encuestados ejercen la actividad de agricultores pues son ellos quienes planifican y llevan a cabo las diferentes actividades agrícolas para desenvolver los campos de cultivo y corresponden a 26 personas, mientras que el 38% son productores los cuales fabrican o elaboran el producto y el 4% son comerciantes correspondiendo a 17 y 2 personas respectivamente.

#### Pregunta 4.- Nivel de educación

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	16	35,6
Bachillerato	26	57,8
Superior	3	6,7
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

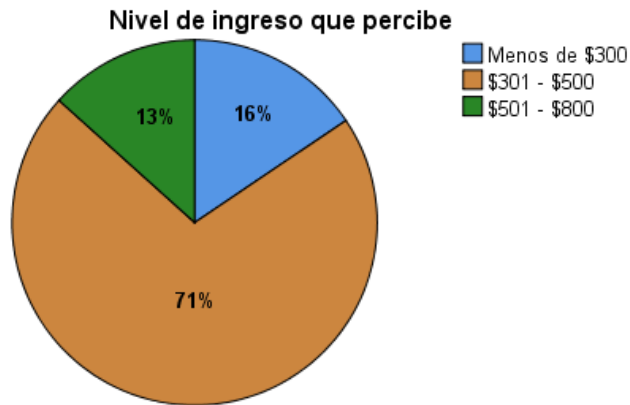


**Figura 26.** Nivel de educación  
Fuente: Asociación El Edén (2019)

En la figura 26 se puede observar que el 58% de los encuestados han cursado o culminado el bachillerato correspondiendo a 26 de las personas, mientras que 16 de ellas que equivale a 36% ha cursado la primaria y tan solo el 7% de las personas en estudio han cursado un nivel superior, determinando que son pocas las personas que han cursado el nivel superior, pero pese a ello son agricultores o productores que tienen conocimientos altos sobre la comercialización y tecnificación en el mercado.

#### Pregunta 5.- Nivel de ingreso que percibe

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de \$300	7	15,6
\$301 - \$500	32	71,1
\$501 - \$800	6	13,3
Más de \$801	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

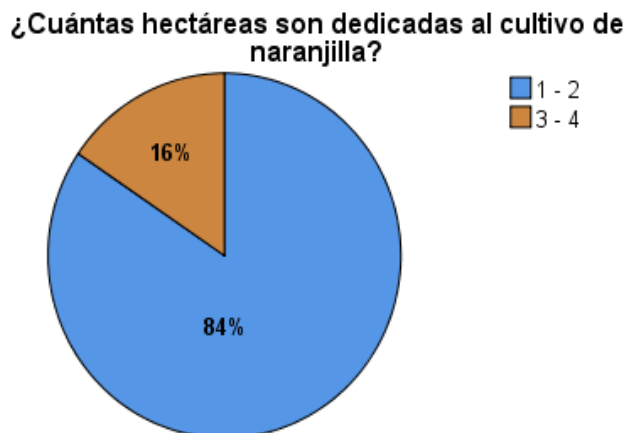


**Figura 27.** Nivel de ingresos que percibe  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la figura 27 se puede apreciar que los ingresos promedios percibidos mensualmente por los agricultores de la Asociación varían de acuerdo al valor de las frutas, es decir que del total de la población encuestada en su mayoría el nivel de ingresos es de \$301 a \$500 dólares correspondiendo a 71% de las personas, esto se debe a que cuentan con más hectáreas para el cultivo de naranjilla, mientras que el 16% percibe ingresos de menos de \$300 dólares y solo el 13% percibe ingresos de \$501 a \$800 dólares.

**Pregunta 6.- ¿Cuántas hectáreas son dedicadas al cultivo de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
1 – 2	38	84,4
3 – 4	7	15,6
5 – 6	0	0
Más de 7	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>



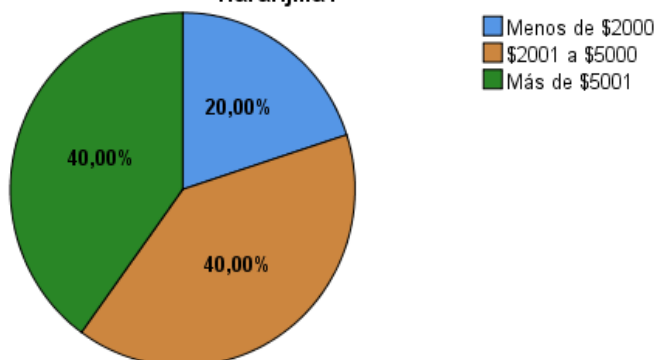
**Figura 28.** Hectáreas dedicadas al consumo  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la figura 28 se puede observar que el 84%, es decir 38 de los encuestados de la asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” cuentan de entre 1 a 2 hectáreas, mientras que el 16%, que equivale a 7 de los productores encuestados cuentan con 3 a 4 hectáreas, esto depende de los terrenos que posean cada uno de ellos.

**Pregunta 7.- ¿Cuánto se invierte por hectáreas para la producción de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de \$2000	9	20,0
\$2001 a \$5000	18	40,0
Más de \$5001	18	40,0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

¿Cuánto se interviene por hectáreas para la producción de naranjilla?



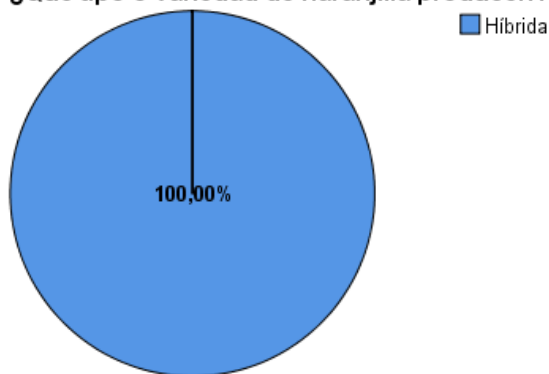
**Figura 29.** Inversión por hectárea  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la figura 29 se puede apreciar que el 40% de los asociados del “Edén” invierten de entre \$2001 a \$5000 dólares. Mientras que el otro 40% de los asociados invierte más de \$5001 dólares aproximadamente con la finalidad de que las plantas y frutos hasta el momento de su cosecha se encuentren en buenas condiciones y permita o promueva la producción sostenible es decir fomentar el uso eficiente de los recursos.

**Pregunta 8.- ¿Qué tipo o variedad de naranjilla producen?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Híbrida	45	100,0
Septentrional	0	0
Baeza Roja	0	0
Otras	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

¿Que tipo o variedad de naranjilla producen?



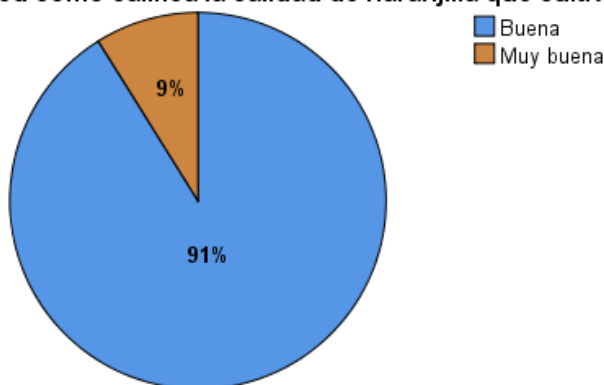
**Figura 30.** Variedad de naranjilla  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Como se puede observar en la figura 30 el 100% de los encuestados de la Asociación “El Edén” se han dedicado básicamente a la producción de la naranjilla tipo híbrida debido a las características que presenta y adaptabilidad, así como también a que el mercado es muy demandante de esta fruta, pero sin dejar de lado que existen algunos socios que también se han dedicado a la producción de una nueva variedad como es la naranjilla azul.

**Pregunta 9.- ¿Usted cómo califica la calidad de la naranjilla qué cultiva?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Mala	0	0
Regular	0	0
Buena	41	91,1
Muy buena	4	8,9
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

¿Usted cómo califica la calidad de naranjilla que cultiva?



**Figura 31.** Calidad de naranjilla cultivada  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

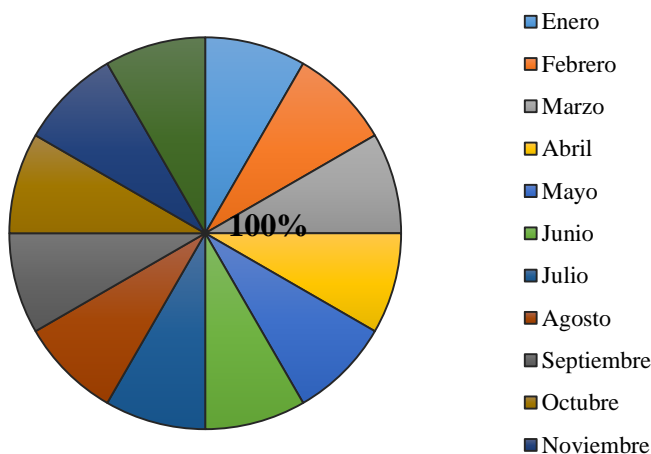
En la figura 31 los asociados manifiestan que el producto es de buena calidad debido a que manejan productos orgánicos, los cuales no perjudican o dañan al ambiente, además sus terrenos se encuentran en lugares estratégicos con climas que les favorecen sus cultivos con una

temperatura promedio de 20 grados centígrados y cuentan con las condiciones adecuadas para su producción, lo cual permite que estos diferentes factores o elementos incidan en el producto y sea de exquisito sabor como de gran tamaño.

**Pregunta 10.- ¿De acuerdo con la calidad que aspectos considera usted que debería mejorar?**

Las personas encuestadas de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” mencionan que para poder mejorar la calidad de sus productos se debe basar principalmente en la preparación del suelo, puesto que es esencial para una buena cosecha y pos cosecha, de igual manera manifiestan que se debe tener nutrientes necesarios para la producción de alimentos saludables, es decir que se debe mejorar la productividad, no utilizar fungicidas químicos sino que ir reemplazando por orgánicos, reducir sus costos de fertilizantes para perfeccionar la calidad de tierra y debería haber una mejor capacitación en el manejo de lo antes mencionado a los diferentes agricultores.

**Pregunta 11.- ¿En qué mes del año es la temporada de producción de naranjilla?**



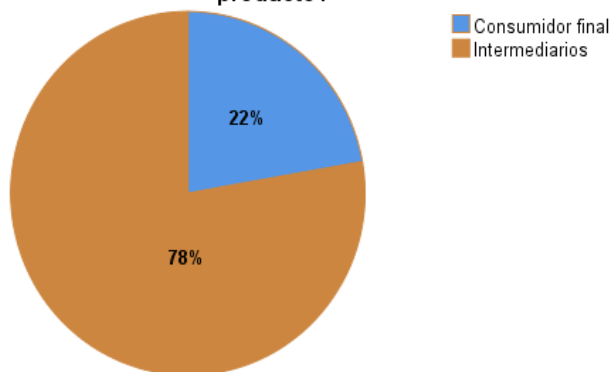
**Figura 32.** Temporada de producción de naranjilla  
**Fuente** Asociación El Edén (2019)

El 100% de los encuestados de la Asociación mencionan que por lo general la temporada de producción de naranjilla se da en todos los meses del año, dado a que les favorece el clima y la posición geográfica en la que se ubican, de igual manera es una variedad que tiene una gran capacidad de productividad, pero se debe tener en cuenta que no en todos los meses del año se da el mismo rendimiento.

**Pregunta 12.- ¿Seleccione una respuesta a quien vende frecuentemente el producto?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Consumidor final	10	22,2
Intermediarios	35	77,8
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

¿Seleccione una respuesta a quién venden frecuentemente el producto?



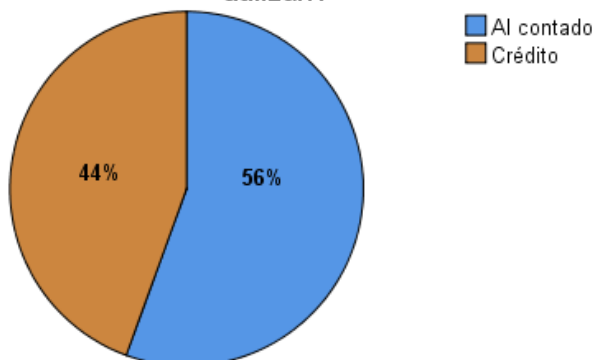
**Figura 33.** Venta frecuente del producto  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la figura 33 se puede apreciar que actualmente 35 de los productores de la Asociación “El Edén” que representa al 78% de los encuestados comercializan la naranjilla generalmente a los intermediarios y 10 de los socios que equivale al 22% de las personas restantes comercializan o venden al consumidor final.

**Pregunta 13.- ¿Cuál es la forma de pago por la compra del producto que se va a utilizar?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Al contado	25	55,6
Crédito	20	44,4
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

¿Cuál es la forma de pago por la compra del producto que utilizan?



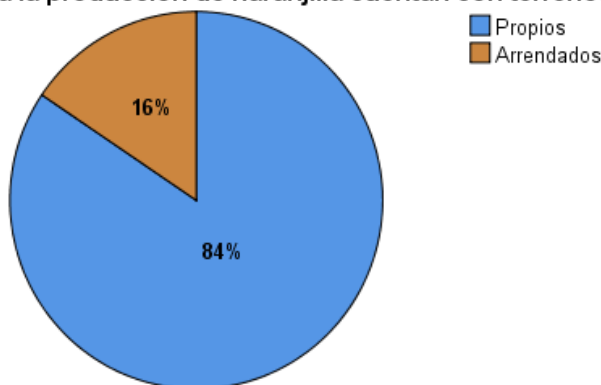
**Figura 34.** Formas de pago que utiliza  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

En la figura 34 se puede observar que el 56 % de los encuestados que equivale a 25 personas mencionan que la forma de pago que utilizan para la comercialización de sus productos es al contado, mientras que el 44% lo hace a forma de crédito, sin embargo, mencionan que como Asociación se podría realizar cualquiera de las dos formas de pago esto dependería de las personas o empresas que compren dicho producto.

**Pregunta 14.- ¿Para la producción de naranjilla cuenta con terrenos?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Propios	38	84.4
Arrendados	7	15.6
Empeñados	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

¿Para la producción de naranjilla cuentan con terrenos?

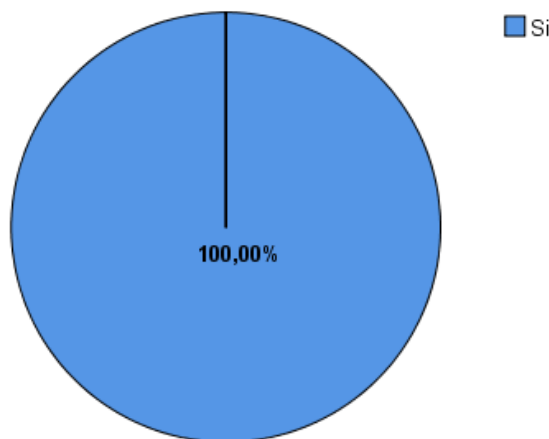


**Figura 35.** Terrenos para la producción de naranjilla  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Como se puede observar en la figura 35 gran parte de los socios tienen terrenos propios porque sus ganancias no se verán afectadas por factores como el pago de alquiler, mientras que 7 de los asociados que equivale al 16% no cuenta con terrenos propios y tienen la necesidad de arrendar de entre 1 a 2 hectáreas para satisfacer la necesidad del consumidor y la demanda existente.

**Pregunta 15.- ¿Si su producto final es demandado en un mercado internacional, estaría en la capacidad de producir más?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	45	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>



**Figura 36.** Demanda mercado internacional  
**Fuente:** Asociación El Edén (2019)

Como se puede observar en la figura 36 el total de los encuestados es decir el 100% comparte la idea de estar en la capacidad de producir más, en caso de que el mercado internacional demande de su producto como es la pulpa de naranjilla, a causa de que será una gran oportunidad para la asociación porque permitirá que el producto sea conocido en países internacionales y genere en la comunidad fuentes de trabajo e ingresos económicos a precios fijos y justos por un producto de calidad, pero sobre todo se tendrá un mercado seguro. Además, se realizaría alianzas con organizaciones aledañas para aumentar mucho más la producción.

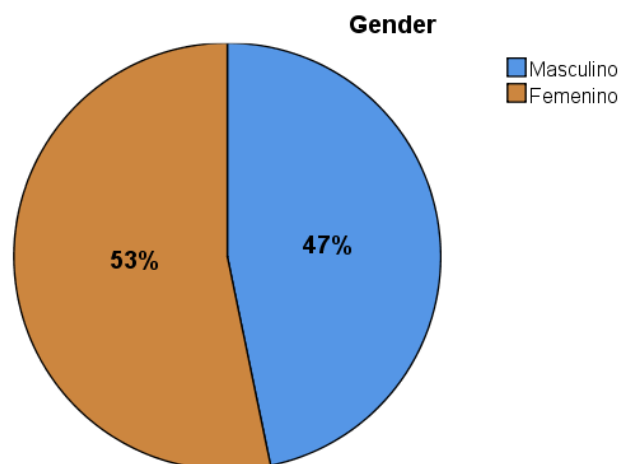
**Pregunta 16.- ¿Cuál es el precio que le cancelan los intermediarios?**

Gran parte de los asociados mencionan que el precio que cancelan a los intermediarios es dependiendo del precio que este en el mercado, es decir que este monto es irregular y no tiene precio fijo por ejemplo suponiendo el bulto de 80 kg varía entre los \$55 - \$68 y \$80 dólares la carga.

**4.1.4. Resultados de la encuesta aplicada a los consumidores de pulpa de naranjilla de la ciudad de Houston.**

**Pregunta 1. Género**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Male	115	46,7
Female	131	53,3
Other	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

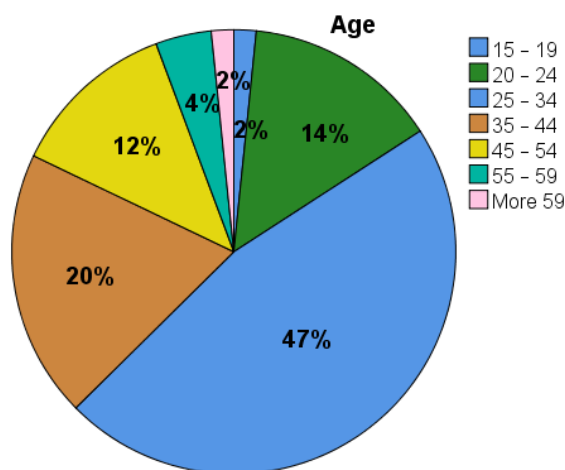


**Figura 37.** Género  
**Fuente:** Investigación (2019)

Las personas encuestadas que más consumen pulpa de naranjilla es el género femenino con un porcentaje del 53% sin embargo no hay que dejar de lado el 47% que corresponde al género masculino en vista de que no existe mucha diferencia, esto se debe a que es un producto apetecido por ambos géneros por la facilidad en su preparación y por su alto contenido nutricional.

### Pregunta 2. Rango de edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
15 – 19	4	1,6
20 – 24	35	14,2
25 – 34	115	46,7
35 – 44	48	19,5
45 – 54	30	12,2
55 – 59	10	4,1
More than 59	4	1,6
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

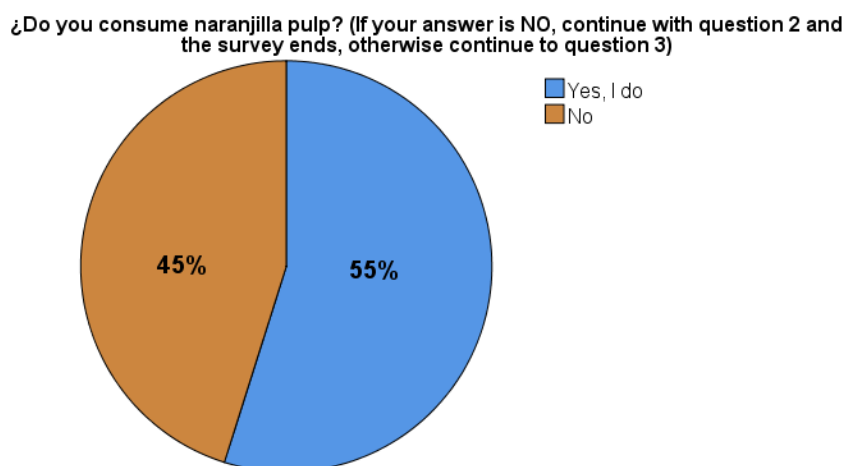


**Figura 38.** Rango de edad  
**Fuente:** Investigación (2019)

Como se observa en la figura 38 el mayor número de personas encuestadas de la ciudad de Houston - Texas se concentra en el rango de 25 a 34 años de edad dando un porcentaje de 47%, lo cual indica que son nuestros posibles consumidores de pulpa de naranjilla, además de que este rango de edad se encuentra desempeñando una actividad laboral y se pueden influenciar al cuidado de la salud a través del consumo de alimentos sanos. Sin embargo, se observa que existe mucha carencia de criterio en lo que respecta a las personas de edades avanzadas.

**Pregunta 3. ¿Usted consume pulpa de naranjilla? (Si su respuesta es NO por favor continúe a la pregunta 4 y finaliza la encuesta, caso contrario continúe a la pregunta 5)**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Yes, I do	135	54,9
No	111	45,1
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

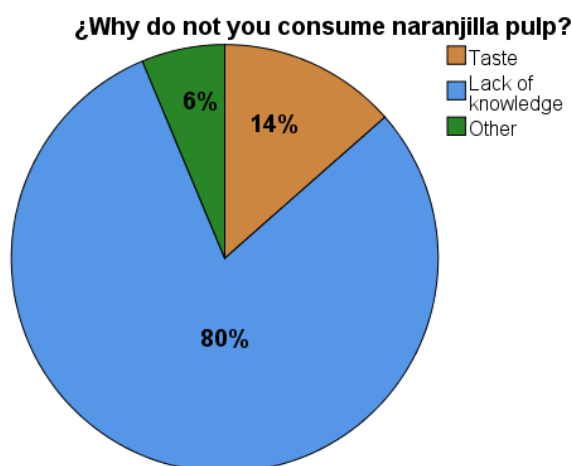


**Figura 39.** Consume pulpa de naranjilla.  
**Fuente:** Investigación (2019)

Se puede observar en la figura 39 que del total de la población encuestada un 55% que equivale a 135 personas afirman que ha consumido pulpa de naranjilla por ser natural, orgánico y porque no contiene aditivos químicos, además de que es un producto fácil de preparar resultando beneficioso para las personas por la falta de tiempo y ajetreado nivel de vida que tienen para elaborarlo. Por otro lado, el 45% que son 111 personas mencionan que no conocen el producto.

**Pregunta 4. ¿Por qué usted no consume pulpa de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Taste	15	13,5
Smell	0	0
Texture	0	0
Lack of knowledge	89	80,2
Other	7	6,3
<b>TOTAL</b>	<b>111</b>	<b>100</b>



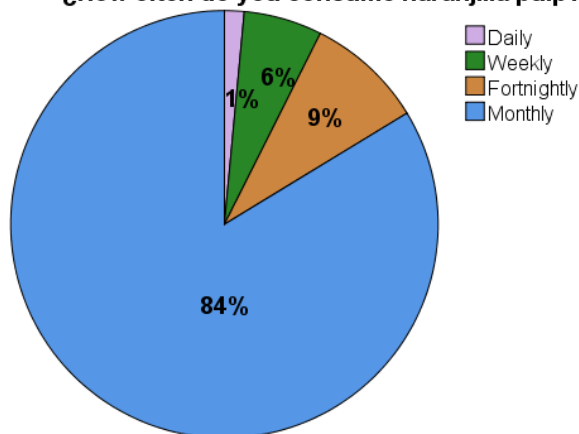
*Figura 40.* Por qué no consume pulpa de naranjilla.  
*Fuente:* Investigación (2019)

De las personas encuestadas el 80% manifiestan que no consumen pulpa de naranjilla porque no tienen conocimiento de la existencia del producto y de sus propiedades para la salud como la vitamina C, vitamina A, hierro, calcio que es esencial para tener una buena visión y fortalecimiento de los huesos. Mientras que el 14% es por el sabor considerando que es cítrico y un poco agrio, seguido del 6% que no lo consumen por factores como el elevado precio del producto lo cual resulta costoso para el consumidor final.

**Pregunta 5. ¿Con que frecuencia usted consume pulpa de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Daily	2	1,5
Weekly	8	5,9
Fortnightly	12	8,9
Monthly	113	83,7
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

**¿How often do you consume naranjilla pulp?**



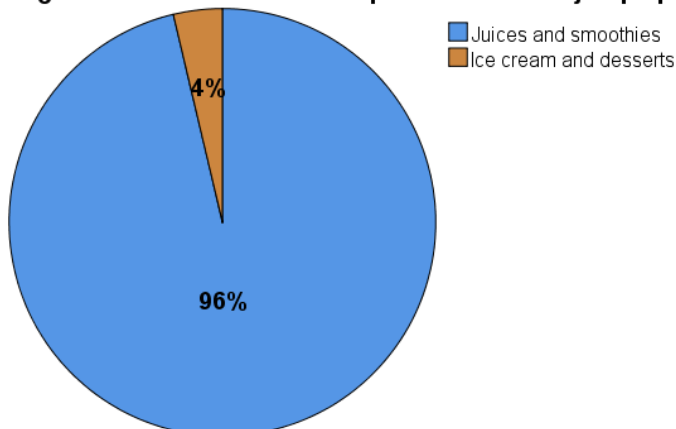
**Figura 41.** Frecuencia del consumo de pulpa de naranjilla.  
**Fuente:** Investigación (2019)

Como se puede observar en la figura 41, el 84% que equivale a 113 de los encuestados de la población de Houston adquieren la pulpa de naranjilla mensualmente y en ocasiones especiales, mientras que el 9% lo consumen de manera quincenal y el 6% de manera semanalmente gracias a que aporta a su alimentación. Cabe recalcar que este es un indicador importante debido a que ayuda a determinar la frecuencia de envío al mercado.

**Pregunta 6. ¿Cuál es la forma de consumo de la pulpa de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Juices and smoothies	130	96,3
Ice cream and desserts	5	3,7
Fruit shops	0	0
Other	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

**¿What is the form of consumption of the naranjilla pulp?**



**Figura 42.** Formas de consumo  
**Fuente:** Investigación (2019)

Como se observa en la figura 42 la mayor parte de las personas encuestadas respondieron que la forma de consumir pulpa de naranjilla es en jugos y batidos, esto se debe a su fácil preparación y al alto contenido nutricional que se concentra en el mismo, mientras que tan solo el 4% lo consumen en postres y mermeladas.

### Pregunta 7. ¿Por qué consume pulpa de naranjilla?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Properties for health	42	31,1
Taste	57	42,2
Smell	5	3,7
Texture	0	0
Origin	31	23,0
Other	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

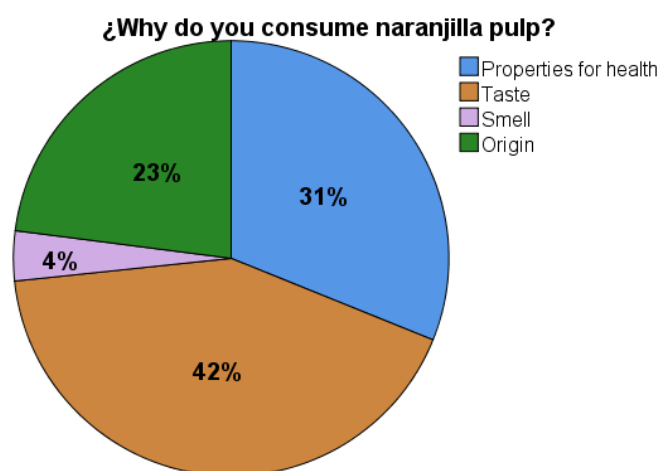


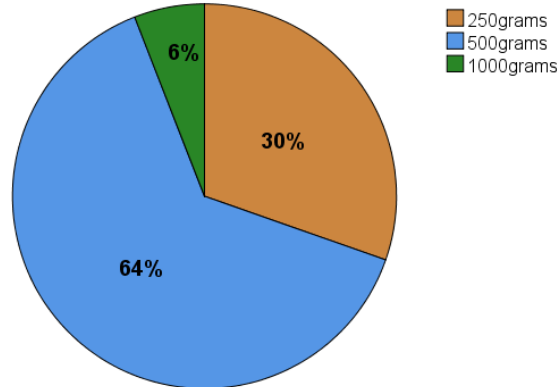
Figura 43. Por qué consume pulpa de naranjilla.  
Fuente: Investigación (2019)

Del total de las personas encuestadas el 42% manifestaron que consumen pulpa de naranjilla por el sabor dulce y aroma agradable que tiene, mientras que el 31% lo consumen por las propiedades para la salud que esta posee como es la vitamina C, vitamina A, hierro, calcio y el 23% lo consume por el lugar de origen o procedencia de la pulpa.

### Pregunta 8. ¿Cuál es el tipo de presentación que le gustaría obtener?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
250grams	41	30,4
500grams	86	63,7
1000grams	8	5,9
2000grams	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

**¿What is the type of presentation of naranjilla pulp that consumes?**



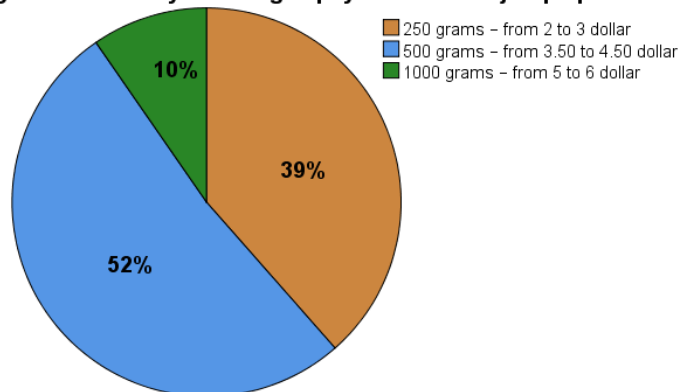
**Figura 44.** Tipo de presentación  
**Fuente:** Investigación (2019)

En la figura 44 se puede observar que la mayor parte de la población es decir el 64% de los encuestados prefieren adquirir la pulpa de naranjilla en una presentación de 500 gramos, puesto que es un peso considerable para consumir. Mientras que las presentaciones de 250 y 1000 gramos no tienen un porcentaje representativo de aceptación en la población. Cabe mencionar, que este es un factor muy importante para la asociación al momento de determinar la presentación y diseño del producto.

**Pregunta 9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la pulpa de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
250 grams – from 2 to 3 dollar	52	38,5
500 grams – from 3.50 to 4.50 dollar	70	51,9
1000 grams – from 5 to 6 dollar	13	9,6
Others	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

**¿How much are you willing to pay for the naranjilla pulp?**



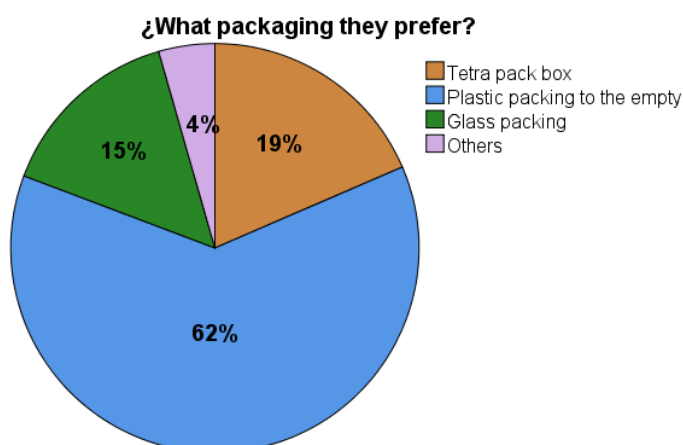
**Figura 45.** Cuánto está dispuesto a pagar.  
**Fuente:** Investigación (2019)

En la figura 45 se puede determinar que existe un amplio número de personas encuestadas que mencionan que están dispuesto a pagar entre los \$3.50 a \$4.50 dólares por un

contenido neto de 500 gramos de pulpa de naranjilla, sin embargo, un grupo significativo de la población está dispuesto a pagar entre \$2 a \$3 dólares por un contenido neto de 250 gramos del producto. Es por ello que la asociación debe establecer un precio que oscile entre dichas cantidades como precio tentativo, sin dejar de lado los costos que inciden en el proceso de producción.

### Pregunta 9. ¿Qué envase prefiere?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Tetra pack box	25	18,5
Plastic packing to the empty	84	62,2
Glass packing	20	14,8
Others	6	4,4
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>



*Figura 46.* Envase  
*Fuente:* Investigación (2019)

Como se puede observar en la figura 46 la mayor parte de la población encuestada asume que le gustaría adquirir el producto en empaque plástico al vacío debido a que es mucho más práctico para la presentación y se conserva por mucho más tiempo, mientras que el 19% y 15% de los encuestados les gustaría en caja tetra pak y recipiente de vidrio respectivamente, en vista de que estos envases se los puede reutilizar o reciclar y es más amigable con el medio ambiente.

### Pregunta 10. ¿Dónde le gustaría adquirir pulpa de naranjilla?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Supermarket	102	75,6
Commercial premises	19	14,1
Online shopping	10	7,4
Producer	4	3,0
Others	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

¿Usually, where do you buy naranjilla pulp or lulo pulp?

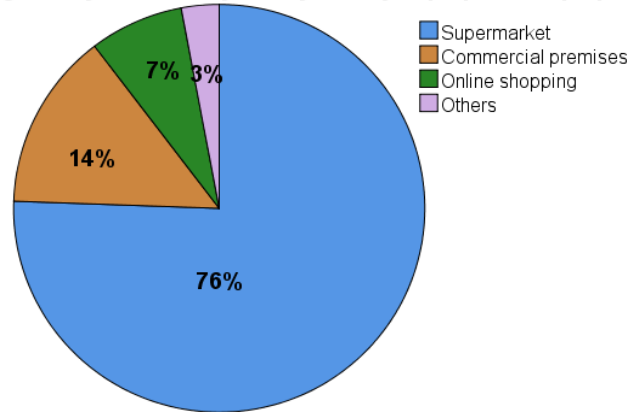


Figura 47. En qué lugares le gusta adquirir pulpa de naranjilla.  
Fuente: Investigación (2019)

En la figura 47 se identifica que al 76% de las personas encuestadas les gustaría adquirir el producto en los supermercados esto se puede decir que se da por la facilidad que existe para comprar porque se encuentra abierto a toda hora, mientras que el 14% de los ciudadanos de Houston acuden a las tiendas por la cercanía y el 7% lo hacen a través de internet, esto se debe a la falta de tiempo y de igual manera hacen énfasis a las ferias porque tiene gran acogida por parte de los individuos.

**Pregunta 11. ¿Cuáles son los aspectos importantes que considera al momento de comprar pulpa de naranjilla?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Price	39	28,9
Quantity	16	11,9
Quality	56	41,5
Presentation	24	17,8
Others	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

¿What are important aspects that consider at the moment of buying naranjilla pulp?

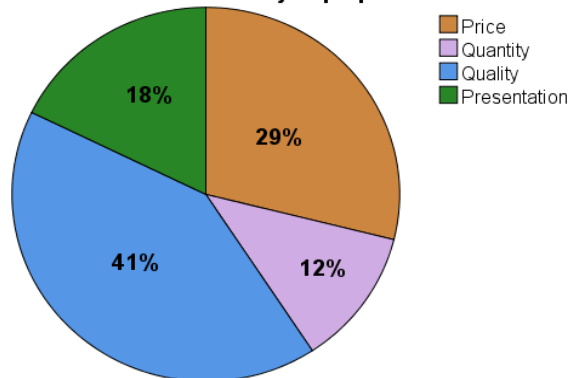


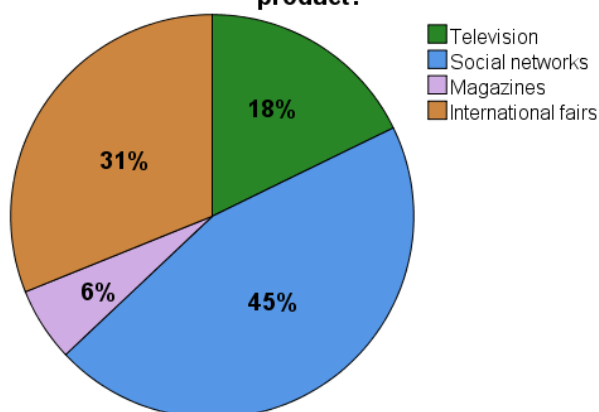
Figura 48. Qué toma en cuenta al momento de comprar.  
Fuente: Investigación (2019)

En la figura 48 se puede apreciar que el 41% de los encuestados al momento de comprar pulpa de naranjilla se fijan en la calidad, dado que en un mundo globalizado los consumidores cada vez son más exigentes por la seguridad de su salud, mientras que el 29% de las personas se fijan en el precio, el otro 18% se fija en la presentación porque es lo que les llama la atención para adquirirlo y un 12% en la cantidad.

**Pregunta 12. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría informarse sobre este producto?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Television	24	17,8
Social networks	61	45,2
Magazines	8	5,9
International fairs	42	31,1
Others	0	0
<b>TOTAL</b>	135	100

**¿By what means would you like have information about this product?**



**Figura 49. Medios Publicitarios**  
**Fuente:** Investigación de campo

En la figura 49 se puede observar que a los posibles clientes les gustaría recibir información de la pulpa de naranjilla a través de las redes sociales, pues en la actualidad al ser un mundo globalizado la mayor parte de las personas utiliza internet, mientras que el 31% le gustaría conocer el producto mediante las ferias internacionales debido a que en ellas llegan productos de los diferentes lugares del mundo lo cual tiene mucha acogida por los encuestados, y un 18% a través de la televisión.

## 4.2. DISCUSIÓN

Con el desarrollo del presente proyecto de investigación se obtuvieron resultados de gran importancia que ayudaron a determinar a las principales alternativas de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla producida por la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” ubicada en la Parroquia de Maldonado de la Provincia del Carchi.

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

El primer objetivo específico es fundamentar bibliográficamente las alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla, esto se llevó a cabo mediante información relevante que se obtuvo de fuentes primarias como la encuesta realizada a los productores y la entrevista ejecutada tanto al representante de la Asociación de estudio como a las personas expertas en el tema. Así mismo se tomó en cuenta fuentes secundarias es decir páginas web, informes finales, artículos científicos, entre otros.

Estableciendo que en la parroquia de Maldonado y específicamente en la Comunidad de Chilmá Bajo se encuentran 45 agricultores que se dedican especialmente al cultivo de naranjilla híbrida por ser una de las frutas más tradicionales de la zona y en la actualidad cuentan con aproximadamente 35000 kilogramos de naranjilla mensuales para su transformación, debido a que en los últimos años se ha dado un incremento importante de esta fruta por tener tierras fértiles para el respectivo cultivo.

Relacionando y tomado como referencia a una de las investigaciones realizadas por Iván Realpe & Ofelia Realpe (2013) en su artículo científico “La producción de naranjilla de la Parroquia de Maldonado y su comercialización”, donde mencionan que tanto la Parroquia de Maldonado como sus Comunidades Aledañas cuentan con suelo y clima adecuados para el cultivo de diversos frutales, básicamente la producción la orientan al cultivo de naranjilla híbrida y la capacidad que tienen para producir es de 37993 kilogramos mensualmente, lo cual quiere decir que están en la capacidad de comercializar tanto en estado natural como con valor agregado.

De igual manera luego de analizar los resultados con la información obtenida para el desarrollo de la investigación se tiene que “El Edén” se dedica a la producción y comercialización de pulpa de naranjilla porque actualmente tiene mayor demanda en el mercado nacional. Es por ello que la Asociación de estudio se ha interesado en mantener su producción con valor agregado, en donde el cliente sea el beneficiado por encontrar productos saludables y listos para consumirse.

Gaona y Viera (2019) en su artículo científico “Aprovechamiento de la naranjilla *Solanum quitoense* Lam. Variedad INIAP Quitoense-2009 para la obtención de una bebida” sostienen también que la transformación de la naranjilla es una buena alternativa para exportar porque en determinados países requieren o demanda productos fáciles de preparar por motivos como el tiempo y porque contiene un excelente potencial nutricional. Además de que a través de estas alternativas se puede generar competitividad y sobre todo se da apertura a nuevas oportunidades que brindan mercados extranjeros.

Además, Gaona y Viera (2019) argumentan que Ecuador produce grandes cantidades de la fruta en estudio alrededor de 29.000 t/año de naranjilla y se da en casi todas las provincias (Cotopaxi, Pastaza, Tungurahua, Pichincha, entre otras) lo cual genera una ventaja comparativa por las condiciones y posición geográfica en la que se ubican. Esto hace que el producto sea apetecido por varios mercados internacionales y llegue a ser una buena alternativa de comercialización.

El segundo objetivo específico es diagnosticar el mercado internacional óptimo para la comercialización de pulpa de naranjilla y se dio cumplimiento mediante el análisis de fuentes como Trade Map, Santander Trade y Guía de Agrocalidad, en donde se pudo detallar a los principales importadores de pulpa de naranjilla. Además, se llegó a seleccionar tres países que son: Estados Unidos, Países Bajos y España a los cuales se les realizó el respectivo análisis situacional externo generando resultados a través de la Matriz POAM que Estados Unidos es el país favorable para la comercialización del producto en estudio. Debido a que le favorecieron determinados factores como los socioeconómicos presentando un alto nivel adquisitivo, además de que es una de las naciones más ricas del mundo y el factor político porque mantiene acuerdos comerciales favorables con Ecuador, obteniendo de esta manera una ponderación de 0,69 superior al de los demás países estudiados.

Conjuntamente con el respectivo análisis de la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio se pudo determinar que la ciudad de Houston - Texas, es el punto específico para la respectiva exportación. Puesto que esta población prefiere el consumo de sabores exquisitos, además de que demandan productos de fácil preparación para economizar tiempo por el acelerado nivel de vida que llevan, y sobre todo para tener mayor porcentaje nutricional, en vista de que el bienestar es uno de los factores clave. Cabe mencionar que los consumidores estadounidenses buscan productos novedosos de calidad y a precios accesibles.

Coincidiendo con la investigación realizada por El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador, 2018) en el informe comercial “Análisis de Mercados Internacionales” donde especifica que Houston – Texas es el mercado objetivo para la exportación de pulpa de naranjilla en vista de que es una de las principales ciudades de los Estados Unidos que presenta un porcentaje del 13,8% de consumo de frutas procesadas y a su vez están siendo demandadas en otras presentaciones como la pulpa de fruta natural en estado congelado, con la finalidad de ahorrar tiempo y preparar de manera más fácil jugos, batidos, cócteles entre otros.

De igual manera, se relaciona con la investigación realizada por Cedeño y Cerón (2018) en su estudio denominado “Industrialización de frutas tropicales: impacto y desarrollo socioeconómico de los productores del cantón Flavio Alfaro – Ecuador” porque señalan que tanto Estados Unidos como Alemania son los principales países compradores de las diferentes presentaciones de frutas exóticas o tropicales, listas para el consumo.

El tercer objetivo es realizar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de pulpa de naranjilla de la Asociación “El Edén”. Para el cumplimiento del presente objetivo se analizó el proceso de exportación, la producción, el diseño del producto, envase y embalaje con la finalidad de que el producto en estudio posea calidad, con un precio accesible y competitivo frente a los demás mercados.

Así como menciona Velastegui, J. (2017), en su investigación “Exportación de pulpa de naranjilla a Alemania” discute que para comercializar hacia mercados extranjeros es necesario conocer el proceso de exportación del producto que inicia analizando los factores de clima o área geográfica y el convenio que se tiene con el país de destino, con la finalidad de que llegue en óptimas condiciones y sea de calidad.

Cabe mencionar que uno de los aspectos del estudio de mercado antes mencionado contiene vacíos en cuanto a estudios técnicos, ya que en la presente investigación se analiza los requerimientos para exportar pulpa de naranjilla hacia los Estados Unidos, entre los resultados más destacados se hace énfasis en la presentación del producto porque en cierta parte de ello depende el ingreso a este mercado. Puesto que según la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) para poder exportar el producto es necesario y obligatorio seguir todos los requerimientos que exige la presente entidad, en vista de que son quienes salvaguardan la salud de los posibles consumidores a través de la información exacta, no engañosa tanto en el empaque y etiquetado.

De igual manera se relaciona con la investigación realizada por Ruíz – Cedeño (2016) en su artículo “El Sector Agroalimentario y su competitividad a partir de modelos asociativos”, donde menciona que es necesario conocer el perfil del consumidor con la finalidad de determinar los gustos y preferencias de los consumidores en lo referente a presentación del producto, envase, precio. Todo aquello que conlleve a garantizar la seguridad alimentaria de los clientes finales para que estén conformes con los productos que adquieren. Tomando siempre en cuenta los factores como la innovación constante y dinámica con la finalidad de competir frente a otras organizaciones.

Finalmente se realizó el estudio económico donde se detalla como resultado que el proyecto es rentable en vista de que se tiene una Tasa Interna de Retorno del 29,67% superior a la tasa de descuento y un Valor Actual Neto de \$ 63.511,36 dólares. Así mismo se puede apreciar que el costo beneficio es de \$1,81 dólares lo que quiere decir que por cada dólar invertido se gana \$0,81 centavos de dólar y tiene un periodo de recuperación de 3 años 9 meses.

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

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- Mediante el portal Web Trade Map y la Guía de Agrocalidad se pudo llegar a comprobar que, si existen alternativas de mercados internacionales para la respectiva comercialización de pulpa de naranjilla por parte de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” estableciendo como posibles mercados objetivos a Estados Unidos, Holanda y España en vista de que son países que presentan altos índices de consumo de productos procesados como la pulpa de frutas.
- Una vez realizada la pertinente ponderación en la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) se determinó que el principal país objetivo para la exportación de pulpa de naranjilla es Estados Unidos, dado que le favorecen determinados factores externos como son los socioeconómicos, políticos y legales, obteniendo un resultado de 0,69 puntos.
- Con el desarrollo del estudio se pudo llegar a segmentar más concretamente que Houston – Texas es el mercado más adecuado para la comercialización. En consideración de que es una de las principales ciudades de los Estados Unidos que demanda productos sanos, naturales y orgánicos como la pulpa congelada, por el reducido tiempo que tiene el consumidor para preparar jugos o bebidas de frutas.
- El método de ingreso al mercado de Houston – Texas es a través de la exportación indirecta básicamente porque está empezando a incursionar en el mercado internacional. El presente método va desde el fabricante, mayoristas, minoristas y consumidor final, con el propósito de que la pulpa de naranjilla sea aceptada.
- Para realizar la exportación de pulpa de naranjilla hacia el mercado de Houston se toma en cuenta el transporte marítimo y el término de negociación Libre a bordo - FOB, ya que la Asociación “El Edén” se encargará básicamente de la fabricación, embalaje, seguro y transporte de la mercancía hasta el Puerto Guayaquil. Una vez entregado los

documentos necesarios y la mercancía este a bordo del barco terminaran sus obligaciones y empezara la responsabilidad del comprador.

- La Provincia del Carchi debe aprovechar la apertura que le brinda este mercado internacional primeramente por las preferencias arancelarias que tiene Ecuador con Estados Unidos en lo referente al producto de estudio y a la predisposición que tiene el consumidor de Houston en preferir este tipo de productos, de manera que genere una oportunidad para el sector agroindustrial y conlleve a la generación de nuevas fuentes de empleo e ingresos económicos al país.
- Se pudo determinar a través del estudio financiero que el proyecto es viable porque establece indicadores económicos favorables, presentando un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 63.511,36 dólares y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 29,67% con un periodo de recuperación de la inversión de 3 años 9 meses, de esta manera se demuestra que el proyecto tendrá una rentabilidad aceptable.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- Es necesario que el Gobierno ecuatoriano fortalezca e incentive a las pequeñas asociaciones que generan valor agregado a sus productos porque esa es la clave primordial para tener competitividad. De manera que los productores se atrevan ampliar y mejorar la producción y asumir la seguridad de que en un futuro sus cultivos no van a tener pérdidas.
- Se recomienda realizar capacitaciones a los productores de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” en lo referente a temas de calidad para que el producto sea de exportación, mercadeo, canales de comercialización, alternativas que ofrecen los mercados internacionales y certificaciones necesarias como la del producto orgánico para la respectiva exportación, con el propósito de ampliar su producción y generar mejores y mayores ingresos económicos.
- La Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” debe poner en práctica la presente investigación, ya que se ha logrado identificar que existen oportunidades de

mercados internacionales para la exportación de pulpa de naranjilla, y a la vez este estudio sirve como una guía para fortalecer a la organización, de manera que tengan en cuenta que para tener una mayor cobertura se debe ampliar sus hectáreas como a la vez realizar acuerdos con otras asociaciones de la zona con la finalidad de cubrir más la demanda y por ende generar mayor rentabilidad en el sector.

- La Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” debe conocer los acuerdos comerciales que se tiene con los demás países, con la finalidad de aprovechar los beneficios que brindan cada uno de ellos que en su mayoría es la reducción de los aranceles a determinados productos, por ello es necesario volver a recalcar que se necesita capacitarse para que estén al tanto de toda aquella información que conlleva a una exportación exitosa.
- Se recomienda cumplir con todos los requerimientos y normativas que exigen los mercados internacionales para que el producto tenga una buena acogida, de modo que garantice la calidad del mismo y se logre una exitosa y correcta exportación de pulpa de naranjilla.
- Es necesario que la Asociación invierta en publicidad porque abre la oportunidad de mostrar sus productos a nuevos consumidores y expandirse a nuevos mercados, además ayuda al posicionamiento de la marca.
- Se recomienda que la Asociación participe en Ferias Internacionales porque es una oportunidad de establecer vínculos comerciales con determinados importadores, de manera que permita ampliar la cartera de contactos, se dé a conocer el producto por potenciales clientes y se inicie nuevos acuerdos comerciales.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGROCALIDAD. (19 de enero de 2014). *Agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/ZAMORA-CHINCHIPE.pdf>
- ALADI. (2017). *Tasa de Desempleo*. Obtenido de <http://www2.aladi.org/nsfaladi/indicadomacro.nsf/vtiposindicadorescat/Tasa%20de%20Desempleo>
- Alcántara, M. (junio de 2013). *Indicadores Financieros*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/Sahagun/Contaduria/Finanzas/indicadores.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/Sahagun/Contaduria/Finanzas/indicadores.pdf)
- ANDES. (Octubre de 2013). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/16/variedad-climatica-mueve-economia-agricola-frontera-colombo-ecuatoriana>
- Apráez, L. (2015). *Oportunidades de Mercado en Chile y la Comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical. (Tesis de pregrado)*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/430>
- ASOBANCARIA. (02 de octubre de 2013). *Programa de educación financiera de los bancos en Colombia*. Obtenido de <http://www.asobancaria.com/sabermassermas/que-es-el-pib-y-en-que-lo-afecta/>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México, D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. Obtenido de [http://iindustrialitp.com.mx/msamuel.lopezr/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_7ma\\_Ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina.pdf](http://iindustrialitp.com.mx/msamuel.lopezr/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_Baca_Urbina.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2018). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (02 de enero de 2019). *Indicadores económicos, estadísticos y comercio exterior*. Obtenido de <https://www.bce.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1144-ecuador-crecio-14-en-el-tercer-trimestre-de-2018>
- Banco Mundial. (01 de enero de 2019). *Datos de libre acceso del Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>
- BCE. (13 de marzo de 2018). *Evolución de la Balanza Comercial*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201803.pdf>
- Cárdenas, S. (19 de enero de 2015). *Balanza Comercial del Ecuador en Tiempos de Dolarización*. Obtenido de <http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf>

- Cedeño, J., & Cerón, O. (enero de 2018). *Industrialización de frutas tropicales: Impacto y desarrollo socioeconómico de los productores del cantón Flavio Alfaro - Ecuador*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2018/frutas-tropicales-ecuador.html>
- CERES. (2019). *Certificación Orgánica*. Obtenido de <http://ceresecuador-cert.com/contact/certificacion-organica/obligaciones-contractuales/>
- CESCE. (01 de enero de 2019). *Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación*. Obtenido de <http://www.cesce.es/riesgo-pais>
- Comité de Comercio Exterior. (2017). *Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador*. Obtenido de <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de octubre de 2008). *Registro Oficial 449*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- COPCI. (6 de diciembre de 2010). *Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- DATA USA. (26 de mayo de 2019). *Condado de Houston (Texas)*. Obtenido de <https://datausa.io/profile/geo/Texas>
- Espejo, Á. (31 de enero de 2018). *Cómo sacar provecho a las misiones comerciales*. Obtenido de <http://www.zonafrancavigo.com/red/downloads/pdf/bd3d46137e22aed0763703815a154dff.pdf>
- FDA. (26 de Julio de 2019). *Etiqueta de información nutricional*. Obtenido de <https://www.fda.gov/food/nutrition-education-resources-materials/como-usar-la-etiqueta-de-informacion-nutricional>
- Fernández, H. (enero de 2017). *ECONOMÍA TIC*. Obtenido de <https://economyatic.com/inflacion/>
- Fondo Monetario Internacional. (2018). *Acceso a datos macroeconómicos y financieros*. Obtenido de <http://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DDCA473CA1FD52&sId=1542635306163>
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (2016). *Internacionalización de las pymes - Innovación para exportar*. Santiago: CEPAL. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40737>
- Gaona-Gonzaga, J., Montesdeoca-Espín, D., Brito-Grandes, B., Sotomayor-Correa, A., & Viera-Arroyo, W. (2019). Aprovechamiento de la naranjilla *Solanum quitoense* Lam.

- Variedad INIAP Quitoense-2009 para la obtención de una bebida carbonatada. *SciELO*, 10(2), 107-114. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-65422019000200107&lang=es](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-65422019000200107&lang=es)
- Giner, J. (12 de septiembre de 2019). *Canales de distribución*. Obtenido de <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- Gómez, J. (enero de 2019). *La ventaja competitiva*. Obtenido de <https://gomezespejel.com/wp-content/uploads/2019/01/Resumen-del-libro-La-ventaja-Competitiva.pdf>
- GUÍA AGROCALIDAD. (Noviembre de 03 de 2019). *Portal web AGROCALIDAD*. Obtenido de <https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/aplicaciones/publico/productos1/consultaRequisitoComercio.php>
- Hernández et al., R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: ISBN: 978-1-4562-2396-0. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera, J. (2013). *Evaluación de Proyectos Construcción*. USA: ISBN: 978-1-300-34162-8. Iciredim. (18 de Julio de 2018). *Tipo de cambio*. Obtenido de <https://iciredimpagados.com/blog/tipo-de-cambio/>
- Index mundi. (01 de enero de 2019). *Índice de desempeño logístico*. Obtenido de <https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/LP.LPI.OVRL.XQ>
- INEC. (06 de febrero de 2018). *Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/inflacion-precios-dinero-canastabasica-ecuador.html>
- Kanvel. (18 de diciembre de 2017). *¿Qué son los incoterms? Clasificación y tipos*. Obtenido de <https://kanvel.com/incoterms/>
- Kopper, G. (noviembre de 2010). *Requisitos de la FDA para Exportar Alimentos a EE.UU.* Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/bismarck/DESCARGAS/AccesoEEUU-UE/EEUU/4.%20Requisitos%20de%20la%20FDA%20para%20alimentos%20de%20Peru.pdf>
- Leiva, M. (diciembre de 2016). *Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de <https://www.analisisfoda.com/>
- Luévano, J., & Flores, O. (2013). *Incoterms y su importancia en las actividades comerciales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/la/13/incoterms.html>

- MAG. (11 de Julio de 2018). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/subsecretario-de-agricultura-se-compromete-a-fortalecer-asociaciones-de-napo-que-dan-valor-agregado/>
- Más, N. (02 de junio de 2015). *Capitalibre*. Obtenido de <https://capitalibre.com/2015/06/renta-per-cápita>
- Medina, M. (21 de octubre de 2016). *Plan de exportación para jalea de banana para trabajar desde Machala hacia el mercado de Holanda*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9151/1/TTUACE-2016-CI-DE00040.pdf>
- Mendoza, Á., & Guerrero, J. (18 de marzo de 2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de pulpa de naranjilla a Alemania*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12326>
- Mendoza, Á., & Guerrero, J. (18 de marzo de 2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de pulpa de naranjilla a Alemania (Tesis de pregrado)*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12326>
- Mendoza, D. (28 de marzo de 2017). *Empresa & Actualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2017/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Minervini, N. (22 de 01 de 2015). *Diario el exportador*. Obtenido de Diario el exportador: [https://www.diariodelexportador.com/2015/01/antes-durante-y-despues-de-una-feria\\_25.html](https://www.diariodelexportador.com/2015/01/antes-durante-y-despues-de-una-feria_25.html)
- Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú. (2015). *Minagri*. Obtenido de <https://www.minagri.gob.pe/portal/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <https://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales-3/>
- MIPRO. (2018). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <https://www.presidencia.gob.ec/la-estabilidad-politica-de-ecuador-atrae-las-inversiones-extranjeras/>
- Moncada, J. (diciembre de 2017). *Mapa de Ubicación Comunidad Chilmá Bajo*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Ubicacion-de-la-comunidad-Chilma-bajo\\_fig1\\_322664650](https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Ubicacion-de-la-comunidad-Chilma-bajo_fig1_322664650)
- Nuño, P. (10 de Julio de 2017). *Diferencia entre estudio de mercado e investigación de mercado*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-estudio-de-mercado-e-investigacion-de-mercado.html>

- OANDA. (01 de enero de 2019). *Conversor de divisas*. Obtenido de <https://www1.oanda.com/lang/es/currency/convert/>
- OEC. (01 de enero de 2019). *Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/en/>
- Pachón, M. (2016). El marketing en las pymes. *Redalyc, 1*, 49-55. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11634/11509>
- Palacios, D., & Reyes, P. (22 de Julio de 2016). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Dominio de las Ciencias, 2*(1), 418-431. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/>
- Pozo, H. (25 de marzo de 2019). Conocimiento personal. (N. Paz, Entrevistador)
- PRO ECUADOR. (26 de enero de 2013). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Obtenido de [https://issuu.com/pro-ecuador/docs/boletindic\\_ene](https://issuu.com/pro-ecuador/docs/boletindic_ene)
- Pro Ecuador. (2014). *Pulpa de Frutas en Estados Unidos*. Obtenido de <https://docplayer.es/42435065-Pro-ecuador-pulpa-de-frutas-en-estados-unidos-parte-uno-informacion-del-mercado.html>
- PRO ECUADOR. (2019). *Guía del Exportador*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- PRO ECUADOR. (05 de febrero de 2019). *Perfil Logístico*. Obtenido de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/category/descargas/perfil-logistico/>
- PROMPERÚ. (2015). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- Realpe, I., & Realpe, O. (2013). La producción frutícola de la parroquia de Maldonado y su comercialización. *SATHIRI N° 1*, 17. Obtenido de <https://doi.org/10.32645/13906925.203>
- Recillas, E. (08 de junio de 2017). *Medio de transporte*. Obtenido de <https://eduardorecillas.wordpress.com/2017/06/08/medio-de-transporte-u3-a2/>
- Riquelme, M. (2018 de agosto de 2018). *Web y Empresas*. Obtenido de Ventaja Comparativa: La Teoría De Importancia En El Comercio: <https://www.webyempresas.com/ventaja-comparativa/>
- Ruíz - Cedeño, S. (2016). El Sector Agroalimentario y su competitividad a partir de modelos asociativos. *Ingeniería Industrial, 37*(3), 323-332. Obtenido de <http://www.scielo.com/>

- Santander Trade. (01 de mayo de 2019). *Estados Unidos - llegar al consumidor*. Obtenido de Santander Trade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Santander Trade. (2019). *Política y Economía*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Sarquis, A. (noviembre de 2015). *Barreras arancelarias y no arancelarias*. Obtenido de <http://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf>
- Searates. (2019). Obtenido de <https://www.searates.com/es/>
- SENAE. (Abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. Servicio al Ciudadano*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para exportar/>
- Steen, M., & Saurenbach, C. (23 de marzo de 2017). *Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea*. Obtenido de [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla\\_acuerdo\\_comercial\\_ue-ecuador\\_0.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf)
- U.S Census. (30 de mayo de 2019). *United States Census Bureau*. Obtenido de <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/houstoncitytexas#>
- Vásquez, L. (26 de agosto de 2016). *Demanda Insatisfecha*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- Velastegui, J. (2017). *Exportación de pulpa de naranjilla a Alemania. (Tesis de pregrado). Universidad de Las Américas, Quito*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6536>
- Walmart. (2019). Obtenido de <https://www.walmart.com/>
- Yama, D. (16 de noviembre de 2018). “*Oportunidades de comercialización para la Quinua hidrolizada en polvo de la empresa I Fortaleza orientada hacia mercados internacionales*”. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/704>
- Zona Económica. (2015). *Política Comercial*. Obtenido de Zona Económica: <https://www.google.com/search?q=la+pol%C3%ADtica+comercial+se+define+como+el+manejo+del+conjunto+de+instrumentos+al+alcance+del+Estado%2C+para+mantener%2C+alterar+o+modificar+sustantivamente+las+relaciones+comerciales+de+un+pa%C3%ADs+con+el+resto+del+mundo>

## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

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

**Autor: Jeniffer Nicole Paz Puento**

Fecha de recepción del abstract: 19 de diciembre de 2019

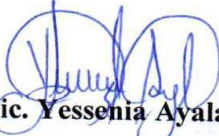
Fecha de entrega del informe: 20 de diciembre de 2019

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

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

#### **Observaciones:**

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

Evaluador:   
**DOCENTE – CIDEN**



**Anexo 2.** Oficio dirigido a la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”

**Memorando Nro. UPEC-CEYNCI-2018-348-M**

Tulcán, 23 de abril de 2018

**PARA:** Sr. Henry Pozo

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES  
AGROPECUARIOS “EDEN”**

**ASUNTO:** Solicitud

De mi consideración:



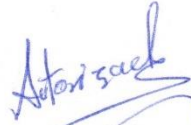
Reciba un atento y cordial saludo deseándole éxitos y aciertos en sus importantes funciones.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más comedida se facilite la información necesaria para que la señorita Jennifer Nicole Paz Puentes estudiante de octavo nivel de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional pueda desarrollar el trabajo de Investigación “Alternativas de mercado internacional y la comercialización de pulpa de naranjilla de la Asociación Agropecuaria el EDEN de la parroquia Maldonado Provincia del Carchi”

Por la atención que se dé al presente requerimiento anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Ing. Edison Caza Guevara Msc.  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y  
NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL**  
“Educación para el desarrollo y la Integración”



EC/dr

### Anexo 3. Carta de aceptación de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén”



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS "EL EDÉN"

Chilmá Bajo, lunes 07 de Mayo del 2018.

*A petición de la parte interesada tengo a bien;*

#### **AUTORIZAR:**

Quien suscribe Henry Anibal Pozo Ruano, ciudadano ecuatoriano con cédula de identidad N° 0401675467 Presidente de la Asociación de productores agropecuarios el EDEN, por petición escrita del interesado me permito certificar la Autorización del trabajo de titulación:

Que la Srta. Jennifer Nicole Paz Puente portador de la cédula de identidad N° 040183834-7, de nacionalidad Ecuatoriana, estudiante de la facultad de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi solicitó realizar una investigación sobre “Las alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la asociación agropecuaria el Edén de la parroquia Maldonado – provincia del Carchi” por lo tanto fue considerado en el pleno de la asamblea asociativa autorizar y facultarle al interesado realizar el trabajo de titulación, siempre que los resultados finales una copia sea entregados a favor de la organización.

La interesada puede hacer uso de la presente Autorización en lo que crea más conveniente y de acuerdo a sus intereses.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

HENRY ANIBAL POZO RUANO  
PRESIDENTE ASO. AGROPECUARIA EL EDÉN



Teléfono: 06-3012-658

Anexo 4. Formulario 001 – Entrevista aplicada al presidente de la Asociación “EL EDÉN”



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
COMERCIAL INTERNACIONAL



ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA EL EDÉN

**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi.” Información que será utilizada con fines académicos.

Nombre del entrevistado: Henry Poro Ruano

Fecha de la entrevista: 25 de Marzo

1. ¿Cuánto tiempo lleva constituida la Asociación de Productores Agropecuarios El Edén y cuántos socios la conforman?

La Asociación de productores Agropecuarios “El Edén” se encuentra ubicada en la Provincia del Carchi, en el cantón Tulcan, Parroquia Maldonado, Barrio Chilma Bay. Este constituido desde el 4 de septiembre del 2011 y está conformado por 45 socios dedicados principalmente al cultivo de mora, naranjilla, tomate de árbol y granadilla.

2. ¿Cómo está conformada la estructura organizacional de la asociación?

La estructura organizacional está conformada primeramente por la junta de socios, seguido de la gerencia general en la se subdivide en departamentos: administrativo, departamento de producción y departamento de venta; integrado en el administrativo al contador, en el de producción a los operarios y en el de ventas al asistente comercial.

3. ¿Cuántas hectáreas tiene la asociación y cuál es la capacidad de producción mensualmente?

La Asociación cuenta con alrededor de 99 hectáreas para el caso de la naranjilla y está en condición de producir 35 con kilogramos de la misma, cerca de 35 toneladas mensuales, en vista de que este producto se da en todo los meses del año, pero de igual manera se podría llegar a más la producción a través de cultivos.

4. ¿Sus productos cuentan con certificado de calidad?

Actualmente la Asociación cumple con las normativas de calidad nacionales, es decir cuenta con notificación Sanitaria otorgado por la ARSA que son autorizaciones previas para la elaboración de pulpa de fruta, de esta manera ofrecen al cliente productos seguros para el consumo.

5. ¿Qué características debe tener la pulpa de naranjilla para la exportación?

Se deben tomar en cuenta cuatro factores: Primero el color que debe ser de color rojo intenso característico de la naranjilla, segundo el olor que es intenso y característico de la naranjilla, tercero el sabor que debe ser dulce, ácido, libre de cualquier sabor extraño, y por último la textura que es uniforme, libre de materia extra.

6. ¿Explique cómo se compone los costos de producción de la pulpa de naranjilla?

Se compone de materia prima indirecta que en este caso es la naranjilla a un valor de \$ 1,30. Mano de obra calificada ya que contamos con dos operarios y los costos indirectos de fabricación que es el envase a \$ 0,15 plus, el empaque a \$ 0,30 plus.

7. ¿Cuál es el proceso de producción de la pulpa de naranjilla?

Comienza 1º con la recepción de la materia prima, 2º limpieza y desinfección, 3º pelar la corteza de la fruta, 4º escaldar la fruta en agua caliente (100°C) 5º licuar la fruta, 6º tamizar el néctar extraído, 7º enfriamiento de la pulpa (8°C) 9º envasado y 10º congelación.

8. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia?

El porcentaje de ganancia que presenta la Asociación de Productores Agrícolas "El Eden" actualmente es del 12%.

9. ¿Quiénes son los proveedores de materia prima para la elaboración de pulpa de naranjilla?

Los proveedores para la elaboración de pulpa de naranjilla son los mismos asociados, personas particulares a la asociación o también de las comunidades aledañas.

10. ¿Qué maquinaria de trabajo se utiliza en la asociación y cuanto es el costo aproximado?

Maspulperadora: \$ 2.000	Cuarto frío: \$ 8.000
Selladora automática: \$ 750	Lavadora de fruta: \$ 1.200
Marmita: \$ 950	Cocina industrial: \$ 290
Balanza industrial: \$ 200	Mesa de acero y termómetro digital: \$ 350

11. ¿Para la elaboración del producto a ofertar cuáles son los gastos operativos que influyen?

Todos los gastos operativos son los que estrictamente se nombran como los gastos de producción y los gastos Administrativos que son los sueldos y servicios básicos \$ 100, Suministros de oficina \$ 50, entre otros.

12. ¿Cuáles son los costos de mano de obra para la realización del producto?

Se toma en cuenta a todo el personal en este caso el sueldo del gerente general es de \$ 650. Del asistente Comercial y contador es de \$ 400 dólares y para el caso de los operarios que son dos el sueldo es de \$ 394 dólares.

13. ¿Cuál es el medio de distribución que utiliza la asociación para comercializar sus productos?

Se realiza una distribución indirecta en vista de que no se cuenta con la respectiva capacitación y se utilizan intermediarias para poder transportar la pulpa de naranjilla hacia otras ciudades como Quito e Ibarra.

14. ¿Utiliza medios de publicidad para promocionar el producto y cuál es el porcentaje de inversión?

Actualmente la asociación no presenta medidas publicitarias por las cuales se pueda orientar o promocionar el producto, es por ello que no se tiene un margen o porcentaje de inversión, pero se es necesario manejar un medio publicitario para tener más clientela y acogida del producto

15. ¿Cuáles son sus principales competidores?

A nivel nacional se tiene entendido que uno de los grandes competidores es Tropic Tropico que de igual manera ofrece pulpa de fruta y extracto que es una marca conocida

16. ¿Qué lo diferencia su producto de la competencia?

La diferencia de la competencia principalmente por que se cuenta con una naranja de calidad, no se utiliza muchas químicas y su producción actualmente es orgánica, además la mano de obra es más barata, los cual conlleva a que el producto sea de un precio asequible para el consumidor final

17. ¿Cuál fue la inversión aproximada para la constitución de la asociación?

Para llevar a cabo la producción y comercialización de pulpa de naranja se requiere de una inversión inicial aproximada de \$ 100.000 dólares

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: 

C.I. 040167546-7

Anexo 5. Formulario 002 – Entrevista aplicada a PRO ECUADOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
COMERCIAL INTERNACIONAL



**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi.” Información que será utilizada con fines académicos.

Nombre de la institución: PRO ECUADOR

Nombre del entrevistado: Oscar Roano

1.- ¿Ecuador actualmente a que países exporta pulpa de naranjilla y en qué condiciones?  Sistema Agrícola

España  
Libya

2.- ¿Cuáles considera usted que son los mercados potenciales para exportar este producto?

Estados Unidos, los Demos, EEUU, Requirientes.  
España → Global Gap

3.- ¿Qué requisitos y características se necesita para ingresar pulpa de frutas a mercados internacionales?

① BPM HACPP, ISO 22000  
② Trazabilidad Global  
③ Logística → Cadena - 5° Grados

4.- ¿Como apoya el estado a los pequeños productores especialmente para la comercialización de productos con valor agregado? ¿Considera que el apoyo es suficiente?

Mercedes Mercaderías  
Ferias, Misas

5.- ¿Cuál considera usted que es la mejor forma de ingreso al mercado internacional para comercializar pulpa de frutas por parte de los pequeños productores y explique las condiciones?

6.- ¿Cuáles son las barreras arancelarias para la importación de pulpa de naranjilla?

F.U.S. Certificado → Des: Europeo  
0/0.

7.- ¿Cuáles son las barreras no arancelarias para la importación de pulpa de naranjilla?

→ Tasa: - Global  
- Cert.  
- Empaques  
- Logística objetivo.

8.- ¿Conoce usted cual es la competencia a nivel internacional de la pulpa de naranjilla y cuáles son sus ventajas competitivas?

→ Perú  
 → Colombia → Proceso que Presentan  
 → Francia → Global Gpp → Acceso

9.- ¿Cuál considera usted que es el proceso logístico que se emplea en la exportación del presente producto?

\* Galpones Agrocolidas  
 \* Transporte → Truco → Cadena  
 \* Aéreo  
Paquetes  
Camión } → 50

10.- ¿Usted que transporte internacional recomienda para la comercialización de este producto?

- Marítimo 1.200 → 20 Pie. 20000 kbs.  
- Aero → España 1000 → 1500 Ea.  
EEUU Kg

11.- ¿Cuáles considera usted que son los limitantes que han tenido los productores para comercializar?

①. Cuelle. no tienen Certificación Inter.  
no tienen Volúmenes

↓  
↓  
↓  
\$

12.- ¿Qué estrategias deberían aplicar las microempresas para poder comercializar sus productos y atraer a nuevos clientes?

Alianzas. Estrate. → Asociaciones

↓  
↓  
X mas Rapido

¡Gracias por su gentil colaboración!



Firma: [Signature]  
C.I. 04100992376

Anexo 6. Formulario 003 – Entrevista aplicada a AGROCALIDAD



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
COMERCIAL INTERNACIONAL



**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi.” Información que será utilizada con fines académicos.

Nombre de la institución: Agrocalidad

Nombre del entrevistado: Edwin Reina

1. ¿Conoce usted si existe producción de naranjilla en la provincia del Carchi?

Si existe en las parroquias de Maldonado, Chical, Chilmá Bazo

2. ¿Cuál cree usted que son las ventajas y desventajas de este producto al momento de su comercialización?

Las ventajas son mejora del comercio local, inserta más fuentes de trabajo.

Las desventajas son el uso indiscriminado de tóxicos (sobre-dosificaciones), control de calidad.

3. ¿Usted considera que la industrialización de la naranjilla genera una oportunidad de negocios para los pequeños productores?

Si porque primeramente se debería capacitar para mejorar la producción y calidad del producto y generará más fuentes de trabajo, lo cual generará desarrollo en el sector.

4. ¿Cuáles son las condiciones para que el producto sea aceptado en el mercado?

Que cumpla normas internacionales de calidad y si es posible certificaciones orgánicas.

5. ¿Cree usted que es una buena oportunidad exportar pulpa de naranjilla y como debe estar el producto adaptado al mercado internacional?

Es una buena oportunidad y debe estar adaptado a las normas internacionales

6. ¿Qué requisitos sanitarios se necesita para exportar este producto?

Dependiendo del país, en este caso España este producto no requiere medidas fitosanitarias para el caso de la pulpa de naranjilla y para el caso de naranjilla en fruta se requiere certificado fitosanitario de Exportación

7. ¿Cuáles son las medidas fitosanitarias necesarias para exportar naranjilla a mercados internacionales?

Para el caso de la pulpa de naranjilla, este producto no requiere certificado fitosanitario para su exportación, sin embargo a petición del usuario se puede emitir el documento y para el caso de la naranjilla en fruta se necesita certificado fitosanitario de Exportación

8. ¿Conoce usted como apoya el estado a los pequeños productores especialmente para la comercialización de productos con valor agregado?

Agrupalidad es una entidad que ayuda con la inspección y certificación a los pequeños productores para cumplir con las normas exigidas por el país al cual se quiere exportar

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: 

C.I: 0.40.16.61.33.-5



Anexo 7. Formulario 004 – Entrevista aplicada al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,  
INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA  
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL

**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi.” Información que será utilizada con fines académicos.

**Nombre de la institución:** Ministerio de Agricultura y Ganadería – MAG

**Nombre del entrevistado:** Darwin Rueda

- ¿Conoce usted si existe producción de naranjilla en la provincia del Carchi?

En la provincia del Carchi si existe producción de naranjilla, especialmente en las parroquias Maldonado, Chical, Jacinto Díaz, Carmelo, esto se debe a la posición geográfica en la que se ubican, por lo tanto se puede decir que el 60% está en Chical, un 30% en Maldonado y un 10% en Jacinto Díaz y el Carmelo.

- ¿Cuál cree usted que son las ventajas y desventajas de este producto al momento de su comercialización?

Una de las grandes ventajas es que la producción es continua, es decir se da en todos los meses del año.

Una de las desventajas es la intermediación ya que son ellos quienes fijan el precio del producto.

- ¿Usted considera que la industrialización de la naranjilla genera una oportunidad de negocios para los pequeños productores?

Genera grandes oportunidades a los pequeños y medianos productores de la provincia primeramente porque reducirá la perechibilidad del producto, se aumentará las ventas, generará fuentes de trabajo y se motivará a los agricultores a que industrialicen sus productos.

- ¿Cuáles son las condiciones para que el producto sea aceptado en el mercado?

Para que un producto sea aceptado en el mercado lo primordial es que no tenga químicos, que este orientado a productos orgánicos.

para que sea de calidad, debe contar con el volumen de producción para la entrega con un tamaño adecuado, libre de defectos causados por daños mecánicos, o agentes biológicos.

- ¿Cree usted que es una buena oportunidad exportar pulpa de naranjilla y como debe estar el producto adaptado al mercado internacional?

Si es una buena oportunidad por que mejoraría la calidad de la fruta, así como la calidad de vida de los productores, para siempre y cuando el producto este adaptado al mercado en lo que respecta a la trazabilidad es decir, registrar e identificar cada producto desde su origen hasta su destino final.

- ¿Qué requisitos sanitarios se necesita para exportar este producto?

Primamente es necesario contar con un buen envase y etiqueta para que el producto no tenga dificultades al momento de ingresar a un mercado internacional.

- ¿Cuáles son las medidas fitosanitarias necesarias para exportar naranjilla a mercados internacionales?

Se tiene conocimiento de que para la fruta en fresco si se requiere de certificaciones e inspección fitosanitaria y para el caso del producto ya procesado no requiere certificación fitosanitaria para su exportación.

- ¿Conoce usted como apoya el estado a los pequeños productores especialmente para la comercialización de productos con valor agregado?

El MAS apoya en ferias agropecuarias, las cuales se apoya en capacitaciones para la industrialización, además se apoya en procesos de agricultura orgánica o BPA que son Buenas Prácticas Agrícolas (enseñar a la gente a utilizar biocontroladores) para que no utilice químicos.

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: *M. Nasir*

C.I: 171247523-6



Anexo 8. Formulario 005 – Entrevista aplicada al GAD de la Provincia del Carchi.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
COMERCIAL INTERNACIONAL



**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi.” Información que será utilizada con fines académicos.

Nombre de la institución: GAD de la Provincia del Carchi

Nombre del entrevistado: José Morillo

1. ¿Conoce usted si existe producción de naranjilla en la provincia del Carchi?

Si existe producción principalmente nor y sur occidente de la provincia del Carchi por ejemplo Maldonado, Chical,

2. ¿Cuál cree usted que son las ventajas y desventajas de este producto al momento de su comercialización?

Ventajas... es un producto muy requerido en el mercado y es de consumo general del producto.  
Desventaja... es un producto perecible al hablar de fruta fresca

3. ¿Usted considera que la industrialización de la naranjilla genera una oportunidad de negocios para los pequeños productores?

Desde luego... porque... el hecho de llegar a industrializar... permite mitigar la perechibilidad de los productos y esto... hace que lleguemos a mejorar los precios para el productor, garantizando introducir a nuevos nichos de mercado,

4. ¿Cuáles son las condiciones para que el producto sea aceptado en el mercado?

Los mercados como tales en Ecuador no son condicionantes más bien los productores con el fin de conseguir mejores precios en el mercado procuran ofrecer productos de calidad



5. ¿Cree usted que es una buena oportunidad exportar pulpa de naranjilla y como debe estar el producto adaptado al mercado internacional?

Si es una buena oportunidad porque generará mejores ingresos para las familias, mejores fuentes de trabajo, estará aportando con los impuestos al desarrollo de la región.

6. ¿Qué requisitos sanitarios se necesita para exportar este producto?

Tengo entendido que es dependiendo del país al cual se quiera ingresar el producto, pero por lo general es un certificado fitosanitario.

7. ¿Cuáles son las medidas fitosanitarias necesarias para exportar naranjilla a mercados internacionales?

Mediante la guía de agrocalidad se puede constatar que para este caso, no requiere Certificado Fitosanitario para su exportación, sin embargo a petición del usuario se puede emitir el documento siempre y cuando sea producto procesado, ya para la fruta en fresco sí se requiere de certificación fitosanitaria e inspección de la misma.

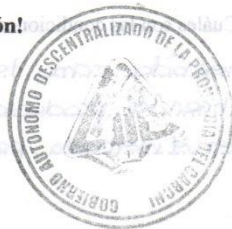
8. ¿Conoce usted como apoya el estado a los pequeños productores especialmente para la comercialización de productos con valor agregado?

El GAD de la Provincia del Carchi apoya y fortalece la comercialización de los pequeños productores que por lo general están asociados, por ejemplo la comercialización de mara con la Asociación el Eden y directamente de café con los Federaciones de agricultores del Carchi entre otras.

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: 

C.I.: 0400936928



**Anexo 9.** Formulario 001 – Encuesta dirigida a los productores de la Asociación “El Edén”



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,  
INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA  
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DEL “EDÉN”

**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi.” Información que será utilizada con fines académicos.

Nombre del encuestado: Segundo Jorge Ruano

Fecha de la aplicación de la encuesta: .....

1.- Rango de edad:

18 – 25	
26 – 45	
46 – 65	<input checked="" type="checkbox"/>
Más de 66	

2.- Género:

Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>
Femenino	

3.- Actividad que ejerce:

Agricultor	<input checked="" type="checkbox"/>
Comerciante	
Productor	
Otros	

¿Cuál?.....

4.- Nivel de educación:

Primaria	<input checked="" type="checkbox"/>
Bachillerato	
Superior	
Otros	

¿Cuál?.....

5.- Nivel de ingreso que percibe:

Menos de \$300	<input checked="" type="checkbox"/>
\$301 - \$500	
\$501 - \$800	
Más de \$801	

6.- ¿Cuántas hectáreas son dedicadas al cultivo de naranjilla?

1 – 2	<input checked="" type="checkbox"/>
3 – 4	
5 – 6	
Más de 7	

7.- ¿Cuánto se invierte por hectáreas para la producción naranjilla?

Menos de \$2000	
\$2001 a \$5000	<input checked="" type="checkbox"/>
Más de \$5001	

8.- ¿Qué tipo o variedad de naranjilla producen?

Híbrida	<input checked="" type="checkbox"/>
Septentrional	
Baeza Roja	
Otras	

¿Cuál?.....

9.- ¿Usted cómo califica la calidad de naranjilla que cultiva?

Mala	
Regular	
Buena	<input checked="" type="checkbox"/>
Muy buena	

10.- ¿De acuerdo con la calidad qué aspectos considera usted que debería mejorar?

Por sus precios

11.- ¿En qué mes del año es la temporada de producción de naranjilla?

Enero	<input checked="" type="checkbox"/>	Mayo	<input checked="" type="checkbox"/>	Septiembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Febrero	<input checked="" type="checkbox"/>	Junio	<input checked="" type="checkbox"/>	Octubre	<input checked="" type="checkbox"/>
Marzo	<input checked="" type="checkbox"/>	Julio	<input checked="" type="checkbox"/>	Noviembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Abril	<input checked="" type="checkbox"/>	Agosto	<input checked="" type="checkbox"/>	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

12.- ¿Seleccione una respuesta a quién venden frecuentemente el producto?

Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>
Intermediarios	<input checked="" type="checkbox"/>

13.- ¿Cuál es la forma de pago por la compra del producto que utilizan?

Al contacto	
Crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	

¿Cuál?.....

14.- ¿Para la producción de naranjilla cuentan con terrenos?

Propios	<input checked="" type="checkbox"/>
Arrendados	
Empeñados	
Otros	

¿Cuál?.....

15.- ¿Si su producto final es demandado en un mercado internacional, estaría en la capacidad de producir más? ¿Por qué?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	-------------------------------------	----	--------------------------

¿Por qué?.....

Por mejores Precios

16.- ¿Cuál es el precio que le cancelan los intermediarios?

según el mercado

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: Segundo Riano

C.I.: 040109027-9



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,**  
**INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**  
**EMPRESARIAL**



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

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DEL "EDÉN"**

**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema "Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria "El Edén" de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi." Información que será utilizada con fines académicos.

**Nombre del encuestado:** Ilavia Ana Escobar Chalipud

**Fecha de la aplicación de la encuesta:** .....

**1.- Rango de edad:**

18 - 25	
26 - 45	X
46 - 65	
Más de 66	

**2.- Género:**

Masculino	
Femenino	X

**3.- Actividad que ejerce:**

Agricultor	
Comerciante	
Productor	X
Otros	

¿Cuál? .....

**4.- Nivel de educación:**

Primaria	X
Bachillerato	
Superior	
Otros	

¿Cuál? .....

**5.- Nivel de ingreso que percibe:**

Menos de \$300	
\$301 - \$500	X
\$501 - \$800	
Más de \$801	

**6.- ¿Cuántas hectáreas son dedicadas al cultivo de naranjilla?**

1 - 2	X
3 - 4	
5 - 6	
Más de 7	

**7.- ¿Cuánto se invierte por hectáreas para la producción naranjilla?**

Menos de \$2000	
\$2001 a \$5000	X
Más de \$5001	

**8.- ¿Qué tipo o variedad de naranjilla producen?**

Híbrida	X
Septentrional	
Baeza Roja	
Otras	

¿Cuál? .....

9.- ¿Usted cómo califica la calidad de naranjilla que cultiva?

Mala	
Regular	
Buena	X
Muy buena	

10.- ¿De acuerdo con la calidad qué aspectos considera usted que debería mejorar?

En la cosecha

11.- ¿En qué mes del año es la temporada de producción de naranjilla?

Enero	X	Mayo	X	Septiembre	X
Febrero	X	Junio	X	Octubre	X
Marzo	X	Julio	X	Noviembre	X
Abril	X	Agosto	X	Diciembre	X

12.- ¿Seleccione una respuesta a quién venden frecuentemente el producto?

Consumidor final	
Intermediarios	X

13.- ¿Cuál es la forma de pago por la compra del producto que utilizan?

Al contacto	X
Crédito	
Otros	

¿Cuál?.....

14.- ¿Para la producción de naranjilla cuentan con terrenos?

Propios	
Arrendados	X
Empeñados	
Otros	

¿Cuál?.....

15.- ¿Si su producto final es demandado en un mercado internacional, estaría en la capacidad de producir más? ¿Por qué?

Si	X	No	
----	---	----	--

¿Por qué?..... porque hay un progreso para la asociación

16.- ¿Cuál es el precio que le cancelan los intermediarios?

lo que fijan los mercados

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: *[Firma manuscrita]*

C.I.: 040100090-6







**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,**  
**INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**  
**EMPRESARIAL**



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

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DEL "EDÉN"**

**OBJETIVO:** Obtener información primaria que permita desarrollar el presente proyecto de investigación con el tema "Alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria "El Edén" de la parroquia Maldonado, provincia del Carchi." Información que será utilizada con fines académicos.

**Nombre del encuestado:** *Fabian Beutera Ruano C.*

**Fecha de la aplicación de la encuesta:** .....

**1.- Rango de edad:**

18 - 25	
26 - 45	X
46 - 65	
Más de 66	

**2.- Género:**

Masculino	X
Femenino	

**3.- Actividad que ejerce:**

Agricultor	
Comerciante	
Productor	X
Otros	

¿Cuál?.....

**4.- Nivel de educación:**

Primaria	X
Bachillerato	
Superior	
Otros	

¿Cuál?.....

**5.- Nivel de ingreso que percibe:**

Menos de \$300	
\$301 - \$500	X
\$501 - \$800	
Más de \$801	

**6.- ¿Cuántas hectáreas son dedicadas al cultivo de naranjilla?**

1 - 2	X
3 - 4	
5 - 6	
Más de 7	

**7.- ¿Cuánto se invierte por hectáreas para la producción naranjilla?**

Menos de \$2000	X
\$2001 a \$5000	
Más de \$5001	

**8.- ¿Qué tipo o variedad de naranjilla producen?**

Híbrida	X
Septentrional	
Baeza Roja	
Otras	

¿Cuál?.....

9.- ¿Usted cómo califica la calidad de naranjilla que cultiva?

Mala	
Regular	
Buena	X
Muy buena	

10.- ¿De acuerdo con la calidad qué aspectos considera usted que debería mejorar?

...Tecnicación del cultivo.....

11.- ¿En qué mes del año es la temporada de producción de naranjilla?

Enero	X	Mayo	X	Septiembre	X
Febrero	X	Junio	X	Octubre	X
Marzo	X	Julio	X	Noviembre	X
Abril	X	Agosto	X	Diciembre	X

12.- ¿Seleccione una respuesta a quién venden frecuentemente el producto?

Consumidor final	
Intermediarios	X

13.- ¿Cuál es la forma de pago por la compra del producto que utilizan?

Al contacto	
Crédito	X
Otros	

¿Cuál?.....

14.- ¿Para la producción de naranjilla cuentan con terrenos?

Propios	X
Arrendados	
Empeñados	
Otros	

¿Cuál?.....

15.- ¿Si su producto final es demandado en un mercado internacional, estaría en la capacidad de producir más? ¿Por qué?

Si	X	No	
----	---	----	--

¿Por qué?.....es tendríamos un mejor precio.....

16.- ¿Cuál es el precio que le cancelan los intermediarios?

.....70 Solares los 140 Kilos.....

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: [Firma]

C.I: 0401005277

	X

	X

	X

	X

## Anexo 10. Formato de la encuesta dirigida al mercado internacional



STATE POLYTECHNIC UNIVERSITY OF CARCHI  
FACULTY OF INTERNATIONAL TRADE,  
INTEGRATION, ADMINISTRATION AND BUSINESS  
ECONOMY



### FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL TRADE NEGOTIATION CAREER OF THE UPEC

**OBJECTIVE:** Obtain primary information that allows the development of this research project with the theme "Alternatives of international markets and marketing of naranjilla pulp of the Agricultural Association El Eden of the parish of Maldonado, province of Carchi."

**NOTE:** The information provided will be used strictly for academic purposes.

**INSTRUCTIONS:** In the present questionnaire please to answer with total sincerity all the questions posed. Choose with an X the answers that you think is convenient.

**Sex:**

Male ( ) Female ( ) LGTBI ( )

**Age:**

15 - 19 ( ) 20 – 24 ( ) 25 – 34 ( ) 35 – 44 ( ) 45 – 54 ( ) 55 – 59 ( ) more than 59 ( )

**Laboral situation**

Employment ( ) Underemployment ( ) Unemployment ( )

1. **¿Do you consume naranjilla pulp? (If your answer is NO, continue with question 2 and the survey ends, otherwise continue to question 3)**
  - a) Yes, I do
  - b) No
2. **¿Why do not you consume naranjilla pulp?**
  - a) Taste
  - b) Smell
  - c) Texture
  - d) Lack of knowledge

Other ¿specify which?.....
3. **¿How often do you consume naranjilla pulp?**
  - a) Daily
  - b) Weekly
  - c) Fortnightly
  - d) Monthly
4. **¿How do you use or consume naranjilla pulp?**
  - a) Juices and smoothies
  - b) Ice cream and desserts
  - c) Fruit shops

Other ¿specify which?.....
5. **¿Why do you consume naranjilla pulp?**

- a) Properties for health
- b) Taste
- c) Smell
- d) Texture
- e) Origin

Other ¿specify which?.....

**6. ¿What is the type of presentation of naranjilla pulp that consumes?**

- a) 250grams
- b) 500grams
- c) 1000grams

**7. ¿How much are you willing to pay for the naranjilla pulp?**

- a) 250 grams - from 2 to 3 dollar
- b) 500 grams - from 3.50 to 4.50 dollar
- c) 1000 grams - from 5 to 6 dollar

**8. ¿What packaging they prefer?**

- a) Tetra pack box
- b) Plastic packing to the empty
- c) Glass packing

Other ¿specify which?.....

**9. ¿Usually, where do you buy naranjilla pulp?**

- a) Supermarket
- b) Commercial premises
- c) Online shopping
- d) Producer

Other ¿specify which?.....

**10. ¿What are important aspects that consider at the moment of buying naranjilla pulp?**

- a) Price
- b) Quantity
- c) Quality
- d) Presentation

Other ¿specify which?.....

**11. ¿By what means would you like have information about this product?**

- a) Television
- b) Social networks
- c) Magazines
- d) International fairs

Other ¿specify which?.....

**¿THANK YOU VERY MUCH!**

**Your time and information will be of great use to us.**

## Anexo 11. Correo enviado al Consulado del Ecuador en Houston

The screenshot shows the Outlook interface with a red header bar. The left sidebar contains navigation options like 'Favoritos', 'Carpetas', and 'Bandeja de ... 1056'. The main pane displays an outgoing email titled 'RE: CORDIALES SALUDOS'. The email body contains the following text:

Señorita Nicole con mucho gusto usted puede enviar las encuestas. El Consulado de Ecuador en Houston puede ser participe de su proyecto y brindar la respectiva información.

Saludos Cordiales,

CONSULADO DEL ECUADOR EN HOUSTON  
2603 Augusta Drive, Suite 810  
Houston, Texas 77057  
Teléfono: (713) 572-8731  
Fax: (713) 572-8732

---

**De:** NICOLE PAZ <nicolepaz2014@hotmail.com>  
**Enviado:** jueves, 30 de enero de 2020 19:30  
**Para:** Consulado del Ecuador HOUSTON  
**Asunto:** CORDIALES SALUDOS

Muy buenas noches soy Nicole Paz, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, el motivo de mi mensaje es para pedirle de la manera más comedida su ayuda para aplicación de unas encuestas en Estados Unidos, es para la culminación de mi tesis, le quedaría eternamente agradecida.  
La encuesta es sobre el consumo de pulpa de naranjilla y está traducida al inglés. en caso de su gran ayuda le enviaría las encuestas.

De antemano muchísimas gracias y espero su respuesta.

Enviado desde [Outlook](#)

The screenshot shows the Outlook interface with a red header bar. The left sidebar contains navigation options like 'Favoritos', 'Carpetas', and 'Bandeja de ... 1056'. The main pane displays an incoming email titled 'RE: CORDIALES SALUDOS'. The email body contains the following text:

Enviado desde [Outlook](#)

---

**De:** Consulado del Ecuador HOUSTON <cecuhouston@cancilleria.gob.ec>  
**Enviado:** lunes, 3 de febrero de 2020 4:30  
**Para:** NICOLE PAZ <nicolepaz2014@hotmail.com>  
**Asunto:** RE: CORDIALES SALUDOS

Buenos días.

Señorita Nicole con mucho gusto usted puede enviar las encuestas. El Consulado de Ecuador en Houston puede ser participe de su proyecto y brindar la respectiva información.

Saludos Cordiales,

CONSULADO DEL ECUADOR EN HOUSTON  
2603 Augusta Drive, Suite 810  
Houston, Texas 77057  
Teléfono: (713) 572-8731  
Fax: (713) 572-8732

---

**De:** NICOLE PAZ <nicolepaz2014@hotmail.com>  
**Enviado:** jueves, 30 de enero de 2020 19:30  
**Para:** Consulado del Ecuador HOUSTON  
**Asunto:** CORDIALES SALUDOS

## Anexo 12. Correo enviado a la Universidad Estatal de Tarleton en Texas – Estados Unidos

The screenshot shows the Outlook web interface. The top navigation bar includes the Outlook logo, a search bar, and utility icons. The left sidebar shows the 'Carpetas' (Folders) section with 'Bandeja de ... 1056' selected. The main content area displays an email with the subject 'RE: [EXTERNAL] CORDIALES SALUDOS'. The email body contains the following text:

Enviado desde [Outlook](#)

---

**De:** Figueroa, Ms. Alicia <[FIGUEROA@tarleton.edu](mailto:FIGUEROA@tarleton.edu)>  
**Enviado:** martes, 4 de febrero de 2020 2:40  
**Para:** NICOLE PAZ <[nicolepaz2014@hotmail.com](mailto:nicolepaz2014@hotmail.com)>  
**Asunto:** Re: [EXTERNAL] CORDIALES SALUDOS

Hi Nicole

Querida Nicole no te preocupes, con mucho gusto te ayudaremos nuevamente con tu trabajo. Puedes mandar las encuestas. Menciona el mínimo de personas envueltas en la encuesta?

Best wishes!!  
Alicia

Sent from my iPhone  
Alicia Figueroa, Assistant Professor of Nursing, MSN, RN  
Tarleton State University  
254-968-9134

The screenshot shows the Outlook web interface. The left sidebar shows 'Bandeja de ... 1066' selected. The main content area displays an email with the subject 'RE: [EXTERNAL] CORDIALES SALUDOS'. The email body contains the following text:

**De:** Figueroa, Ms. Alicia <[FIGUEROA@tarleton.edu](mailto:FIGUEROA@tarleton.edu)>  
**Enviado:** viernes, 7 de febrero de 2020 2:44  
**Para:** NICOLE PAZ <[nicolepaz2014@hotmail.com](mailto:nicolepaz2014@hotmail.com)>  
**Asunto:** RE: [EXTERNAL] CORDIALES SALUDOS

Querida Nicole: Con gusto podemos ayudarte con la información, disculpa la demora andamos un poco ocupados.

El porcentaje de consumo de frutas procedas para Houston - Texas es del 16,9% esta información se la obtuvo de la fuente Icxex para comienzos del año 2020 - es suficiente para ti?

Necesitas más información? Por favor dime y lo hare.

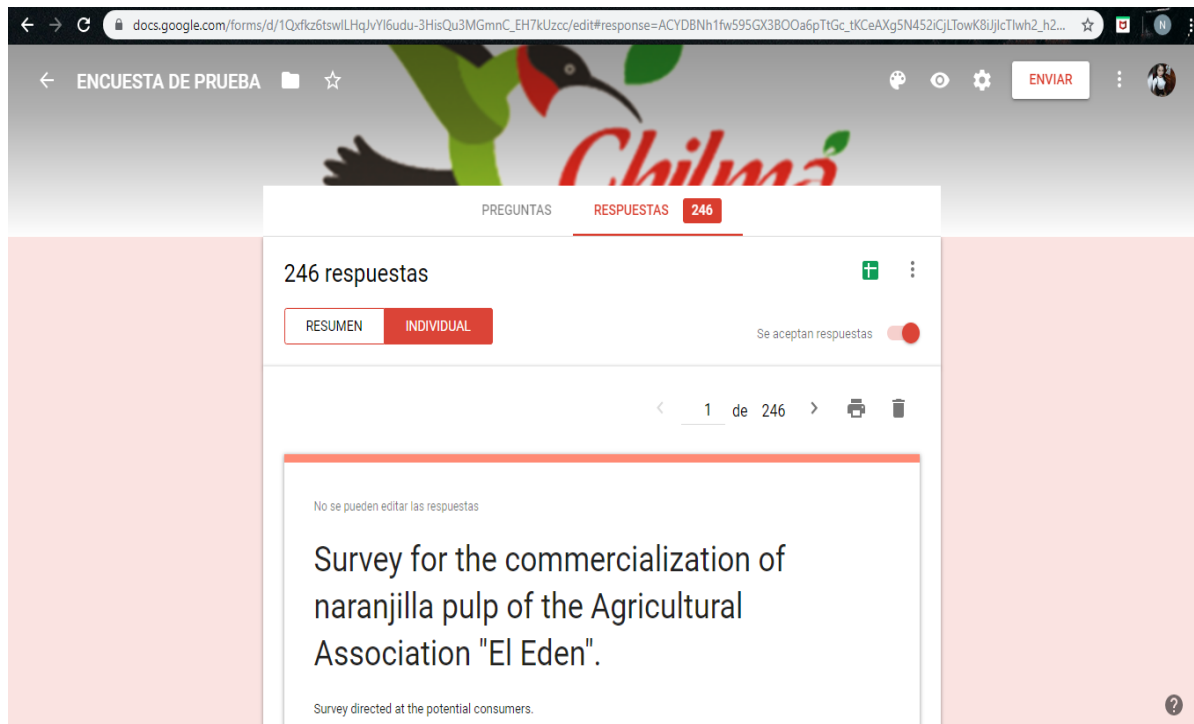
Best wishes!!  
Alicia

---

**From:** NICOLE PAZ <[nicolepaz2014@hotmail.com](mailto:nicolepaz2014@hotmail.com)>  
**Sent:** Monday, February 3, 2020 3:15 AM  
**To:** Figueroa, Ms. Alicia <[FIGUEROA@tarleton.edu](mailto:FIGUEROA@tarleton.edu)>  
**Subject:** RE: [EXTERNAL] CORDIALES SALUDOS

Muy Buenos días Msc. Alicia disculpe que le moleste nuevamente.. será que por favor usted me podría ayudar mencionando el porcentaje de participación de consumo de frutas procesadas entre ellas la pulpa de frutas congelada para el año reciente. Se lo agradecería mucho por favor 🙏🙏

### Anexo 13. Recolección de las encuestas

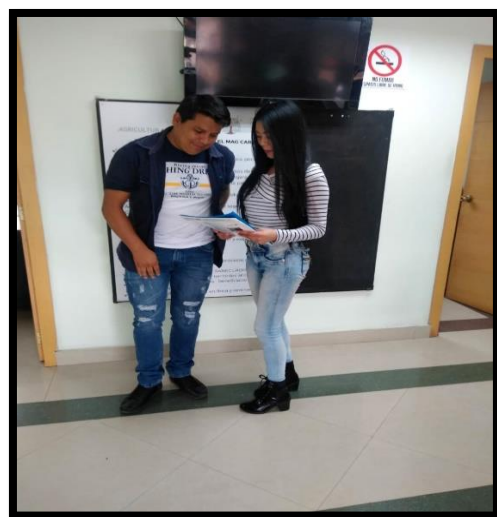
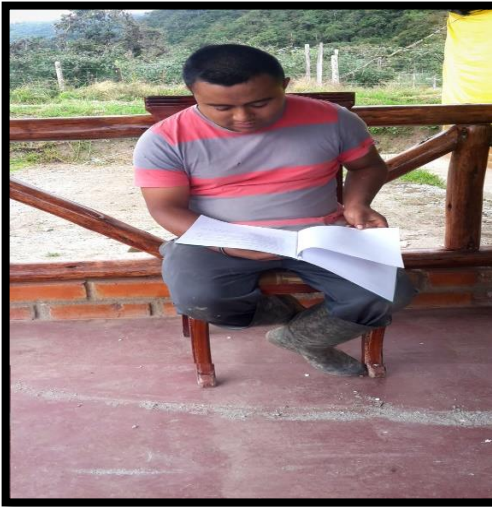


### Anexo 14. Subpartida arancelaria para la pulpa congelada

DATOS GENERALES	
<b>Tipo</b>	Productos procesados y secos
<b>Subtipo</b>	Pulpa congelada
<b>Nombre de producto (nombre científico)</b>	naranjilla ( <i>Solanum quitoense</i> )
<b>Partida recomendada</b>	0811909900
<b>Unidad de medida según arancel</b>	KG
<b>Código de Agrocalidad</b>	A0016
<b>ESPAÑA</b>	
Mostrar país en la versión impresa	
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	
Mostrar país en la versión impresa	

Fuente: AGROCALIDAD (2019)

## Anexo 15. Recolección de información



## Anexo 16. Ficha de factores de Estados Unidos

<b>Ficha 001. Estados Unidos</b>	
Nombre:	Factores Estados Unidos
Responsable:	Nicole Paz
Fecha de elaboración:	oct-19
<b>Factores Socioeconómicos (2018)</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
PIB (Miles de millones de USD)	20.513,00 miles de millones
PIB Per cápita (USD)	62.518 USD
Inflación	2,40%
Tasa de desempleo	3,50%
Tipo de cambio	1 USD
<b>Factores Políticos</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Política comercial	Sistema Generalizado de Preferencias - SGP
Riesgo comercial	Bajo índice de riesgo
<b>Factores Legales</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Barreras arancelarias	Otorga el 0% para productos de la subpartida 081190
Barreras no arancelarias	Documentos para la importación -Certificado de origen (opcional) -Factura comercial  -Requisitos sanitarios y fitosanitarios  -Lista de embalaje si fuese necesario -Declaración Aduanera de Exportación -Requisitos de etiquetado
<b>Factores Demográficos (2018)</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Población Económicamente activa	164.113.356
<b>Factores Geográficos</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Localización	Transporte marítimo y aéreo
Índice de desempeño logístico	3,89
<b>Factores Culturales</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Idioma	Inglés

*Fuente:* Trade Map (2018), Santander Trade (2018)

## Anexo 17. Ficha de factores de Países Bajos

<b>Ficha 002. Países Bajos</b>	
Nombre:	Factores Países Bajos
Responsable:	Nicole Paz
Fecha de elaboración:	oct-19
<b>Factores Socioeconómicos (2018)</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
PIB (Miles de millones de USD)	909.9 miles de millones
PIB Per cápita (USD)	52.931 USD
Inflación	1,40%
Tasa de desempleo	4,80%
Tipo de cambio	1 USD = 0,85 EUR
<b>Factores Políticos</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Política comercial	Acuerdo Comercial Multipartes con la (UE)
Riesgo comercial	Bajo índice de riesgo
<b>Factores Legales</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Barreras arancelarias	Otorga el 0% para productos de la subpartida 081190
Barreras no arancelarias	Documentos para la importación -Factura comercial -Certificado de origen -Documento de embarque (B/L) -Requisito fitosanitario -Declaración Aduanera de Exportación -Documento de transporte
<b>Factores Demográficos (2018)</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Población Económicamente activa	9.118.196
<b>Factores Geográficos</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Localización	Transporte marítimo y aéreo
Índice de desempeño logístico	4,02
<b>Factores Culturales</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Idioma	Germánico

*Fuente:* Trade Map (2018), Santander Trade (2018)

## Anexo 18. Ficha de factores de España

<b>Ficha 003. España</b>	
Nombre:	Factores España
Responsable:	Nicole Paz
Fecha de elaboración:	oct-19
<b>Factores Socioeconómicos (2018)</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
PIB (Miles de millones de USD)	1.437,05 miles de millones
PIB Per cápita (USD)	31.060 USD
Inflación	1,80%
Tasa de desempleo	13,7%
Tipo de cambio	1 USD = 0,85 EUR
<b>Factores Políticos</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Política comercial	Acuerdo Comercial Multipartes con la (UE)
Riesgo comercial	Bajo índice de riesgo
<b>Factores Legales</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Barreras arancelarias	Otorga el 0% para productos de la subpartida 081190
Barreras no arancelarias	Documentos para la importación -Factura comercial -Certificado de origen (opcional) -Certificado sanitario y fitosanitario -Guía de transporte -Seguro de transporte -Lista de embarque
<b>Factores Demográficos (2018)</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Población Económicamente activa	22.865.279
<b>Factores Geográficos</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Localización	Transporte marítimo y aéreo
Índice de desempeño logístico	3,83
<b>Factores Culturales</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>
Idioma	Español o Castellano

*Fuente:* Trade Map (2018), Santander Trade (2018)

## Anexo 19. Ficha de factores de Ecuador

### Ficha 004. Ecuador

Nombre:	Factores Ecuador
Responsable:	Nicole Paz
Fecha de elaboración:	oct-19

#### Factores Socioeconómicos (2018)

Indicadores	Datos
PIB (Miles de millones de USD)	108.39 millones de USD
PIB Per cápita (USD)	6.344,87 miles de USD
Inflación	0,19%
Tasa de desempleo	5,20%
Tipo de cambio	1 USD = 0,85 EUR

#### Factores Políticos

Indicadores	Datos
Forma de Gobierno	República Democrática
Comercio exterior	Sus principales socios comerciales en el caso de las exportaciones son Estados Unidos, Unión Europea y Chile, en el caso de las importaciones son los Estados Unidos, China y Colombia.

#### Factores Geográficos (2018)

Indicadores	Datos
Capital	Quito
Población Total	17.096.789
Crecimiento Poblacional	1,5%

#### Factores Culturales

Indicadores	Datos
Moneda	Dólar Estadounidense
Lengua Oficial	Español (Castellano)
Idioma de negocios	Inglés
Religión	Católicos 95%, otras

*Fuente:* Trade Map (2018), Santander Trade (2018)

## Anexo 20. Ficha de observación

Ficha de observación aplicada a la Asociación Agropecuaria "El Edén"		
<b>Número:</b>	001	
<b>Fecha:</b>	25 de marzo del 2019	
<b>Lugar:</b>	Provincia del Carchi, Parroquia Maldonado, Comunidad de Chilmá Bajo.	
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>	
<b>Distribución del espacio físico</b>		
<b>Maquinaria disponible</b>	Lavadora de fruta Despulpadora de fruta Marmita Cuarto frío Termómetro digital Mesa de acero Balanza industrial Cocina industrial Selladora automática	
<b>Procesos</b>	Producción	Inicia con la recepción de la materia prima, luego con limpieza y desinfección, se pela la corteza de la fruta, se escalfa la fruta en agua caliente (100 grados/1 min), se procede al licuado de la fruta, seguido tamizar el néctar extraído, enfriamiento de la pulpa (8 C), envasado y congelación.
	Comercialización	No se realiza ventas a nivel internacional
<b>Recursos Humanos</b>	Gerencia General	Presidente
	Departamento Administrativo	Contador
	Departamento de Producción	2 operarios
	Departamento de Ventas	Asistente comercial

Fuente: Asociación El Edén (2019)

## Anexo 21. Incoterms

<b>INCOTERMS</b>	<b>Valor Total</b>
Costos de producción	178.990
Gastos Operacionales	25.635
<b>EXW</b>	<b>204.625</b>
Manipulación local	70
Unitarización	690
<b>FCA/FAS</b>	<b>205.385</b>
Transporte interno	1.600
Manipuleo Embarque	150
Documentación	256
<b>FOB</b>	<b>207.391</b>
Flete Internacional	5.000
<b>CFR</b>	<b>212.391</b>
Seguro Internacional	2.168
<b>CIF</b>	<b>214.559</b>
Capital e inventario tránsito internacional	94,99
Manipuleo desembarque	240
<b>DAT</b>	<b>214.894</b>
Almacenamiento temporal	100
Documentación	20
Agentes	300
Transporte interno	240
<b>DAP</b>	<b>215.553</b>
Aduaneros	7.445
Capital e inventario país de destino	173
<b>DDP</b>	<b>223.172</b>

*Fuente:* Asociación El Edén (2019)

## Anexo 22. Acta de pre-defensa



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** PAZ PUENTE JENIFER NICOLE

**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 040183834-7

**NIVEL/PARALELO:** EGRESADA

**PERIODO ACADÉMICO:** UBRE 2019-FEBRERO 2

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** "ALTERNATIVAS DE MERCADOS INTERNACIONALES Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA "EL EDÉN" DE LA PARROQUIA MALDONADO, PROVINCIA DEL CARCHI."

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO

**LECTOR:** MSC. JIMÉNEZ MONTALVO DANIEL ANDRÉS

**ASESOR:** MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 1                      **AULA:** 12

**FECHA:** jueves, 30 de enero de 2020

**HORA:** 11H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,90

2) Trabajo escrito 2,50

**Nota final de PRE DEFENSA 8,40**

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el                      jueves, 30 de enero de 2020

  
MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO

**PRESIDENTE**

  
MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN

**TUTOR**

  
MSC. JIMÉNEZ MONTALVO DANIEL ANDRÉS

**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones