

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. del cantón Mira, provincia del Carchi.”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Aguirre Palma Antonella Tamara

TUTORA: Msc. Gutiérrez Villarreal Milena del Rocío

Tulcán, 2023

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Aguirre Palma Antonella Tamara con el número de cédula 0401882220 ha elaborado el trabajo de titulación: “Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, provincia del Carchi”

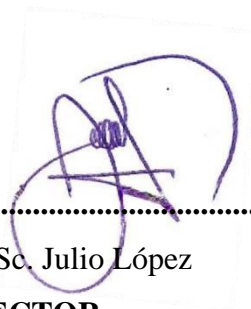
Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



f.....

MSc. Milena Gutiérrez

TUTORA



f.....

MSc. Julio López

LECTOR

Tulcán, noviembre de 2023

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Aguirre Palma Antonella Tamara con cédula de identidad número 0401882220 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.....

Aguirre Palma Antonella Tamara

AUTORA

Tulcán, noviembre de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Aguirre Palma Antonella Tamara declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, 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.....

Aguirre Palma Antonella Tamara

AUTORA

Tulcán, noviembre de 2023

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme vida, salud y cuidade a lo largo de mi carrera universitaria y permitirme culminar la misma.

También a mi querida Universidad Politécnica Estatal del Carchi y Carrera de Comercio Exterior y a sus docentes, por permitirme continuar con mi formación académica, especialmente a mi tutora, MSc. Milena Gutiérrez y mi lector MSc. Julio López, por su apoyo y guía durante la elaboración y culminación de mi trabajo de titulación.

Agradezco a mis padres Wilson y Anshela y mis hermanas Vane y Naty que son el pilar de mi vida y a quienes amo mucho, ellos fueron clave importante a lo largo de mi formación académica y que gracias a sus consejos y apoyo constante he logrado culminar mi carrera universitaria.

A mis abuelitos Antonio, Marina y Rosario, quienes estuvieron conmigo a lo largo de mis años de estudio.

A mi gran amiga Erika Andrango que estuvo presente en cada momento y circunstancia.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico a mi familia quien estuvo es cada momento de mi formación profesional.

A mi madre Anshela que gracias a su ejemplo de perseverancia he logrado culminar mi carrera universitaria, con su amor y cuidado constante a pesar de la distancia siempre estuvo presente en cada momento.

A mi padre Wilson que con sus consejos y valores inculcados he logrado convertirme en la persona que soy ahora.

A mi querido Bailly mi amigo fiel que siempre estuvo en mis momentos de desvelo siempre con su compañía.

Mi Hermanas Vane y Naty son mi fortaleza y mi mayor ejemplo de dedicación constante y superación.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. JUSTIFICACIÓN	20
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	21
1.4.1. Objetivo General.....	21
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
1.4.3. Preguntas de Investigación	22
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	23
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	33
2.3 MARCO TEÓRICO.....	34
2.4 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	36
2.4.1. Variable independiente	36
III. METODOLOGÍA.....	38
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	38
3.1.1. Enfoque	38
3.1.2. Tipo de Investigación.....	39
3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	40
3.4 MÉTODOS UTILIZADOS	44
3.4.1 Métodos.....	44
3.4.1.1 Método Deductivo	44
3.4.1.2 Método Analítico	44

3.4.1.3 Método Descriptivo	44
3.4.2 Técnicas	45
3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	46
3.5.1 Población y muestra.....	46
3.6. ALTERNATIVAS DE MERCADOS INTERNACIONALES	47
3.6.1. Análisis situacional de los principales importadores de aguacate Hass.....	47
3.6.2. Análisis situacional de los principales exportadores de aguacate Hass	51
3.6.3. Análisis de la Oferta de aguacate hass.....	53
3.7. ESTUDIO DE MERCADO	55
3.7.1. Indicadores políticos	55
3.7.2. Indicadores económicos.....	58
3.7.3. Indicadores sociales	60
3.7.4. Matriz de Factores Ponderados por Puntos.....	65
3.8. SEGMENTO DE MERCADO	67
3.8.1. Realidad actual del Estados Unidos	67
3.8.2. Modelo de negociación aplicado en los Estados Unidos	68
3.8.3. Certificaciones internacionales	70
3.8.4. Entidades regulatorias	71
3.8.5. Elección del mercado objetivo.....	72
3.8.6. Perfil del Estado de Florida.....	78
3.8.7. Demanda insatisfecha	78
3.9. ESTUDIO TÉCNICO	92
3.9.1. Macro localización.....	92
3.9.2. Micro localización	92
3.9.3. Identidad empresarial.....	93

3.9.4. Infraestructura de la empresa	98
3.9.5. Instalación y Distribución de la planta.....	98
3.9.6. Mapa de procesos.....	99
3.9.6 Maquinaria Operativa	102
3.10. PRODUCTO	102
3.10.1. Descripción del producto	102
3.10.2. Ficha técnica	103
3.10.3. Certificaciones	104
3.10.4. Presentación del producto	104
3.10.5. Comparación de precio del producto en el Estado de Florida	107
3.10.6. Estrategias de publicidad	108
3.11. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	109
3.11.3. Cadena Logística de exportación	110
3.11.2. Cubicaje	111
3.11.3. Forma de envío por el modo marítimo.....	111
3.11.4. Transporte Internacional	114
3.12. ESTUDIO FINANCIERO	115
3.12.1. Inversión inicial	115
3.12.2. Estructura de financiamiento	119
3.12.3. Balance General	119
3.12.4. Estado de resultados.....	121
3.12.5. Indicadores financieros	122
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	124
4.1. RESULTADOS.....	124
4.1.1 Resultado de la entrevista aplicada a la empresa MiraFruits	124

4.1.2 Resultado de la entrevista aplicada en ProEcuador	125
4.1.3 Resultado de la entrevista aplicada en MAG.....	127
4.1.4 Resultado de la encuesta aplicada a la población del estado de Florida Estados Unidos	128
4.2. DISCUSIÓN	131
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	134
5.1. CONCLUSIONES	134
5.2. RECOMENDACIONES	136
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	137
V. ANEXOS	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición de variables	40
Tabla 2. Variable Dependiente.....	42
Tabla 3. Variable Independiente	43
Tabla 4. Indicadores ficha de observación.....	45
Tabla 5. Población del estado de Florida	46
Tabla 6. Clasificación arancelaria del producto.....	47
Tabla 7. Principales importadores de aguacate Hass	48
Tabla 8. Principales exportadores de aguacate Hass.....	51
Tabla 9. Principales países exportadores de aguacate periodo enero-agosto 2023	54
Tabla 10. Principales empresas exportadoras de aguacate hass, periodo enero-agosto 2023.....	55
Tabla 11. Acuerdos comerciales	57
Tabla 12. Barreras Arancelarias.....	58
Tabla 13. PIB	58
Tabla 14. PIB per cápita.....	59
Tabla 15. Tasa de inflación	59

Tabla 16. Distribución de la edad	60
Tabla 17. Población total	60
Tabla 18. Perfil del Consumidor estadounidense.....	61
Tabla 19. Perfil del consumidor de Emiratos Árabes	61
Tabla 20. Perfil del consumir de Chile	62
Tabla 21. Distribución de la actividad económica	63
Tabla 22. Trafico e infraestructura.....	64
Tabla 23. Matriz de Factores Ponderados por Puntos.....	65
Tabla 24. Resumen MFPP	66
Tabla 25. Realidad actual de Estados Unidos	67
Tabla 26. Certificaciones Internaciones.....	70
Tabla 27. Entidades Regulatorias de Control.....	71
Tabla 28. Población por estado	72
Tabla 29. Realidad actual por Estado.....	75
Tabla 30. Calificación ciudad destino.....	77
Tabla 31. Perfil del Estado de Florida.....	78
Tabla 32. Importaciones en TM de aguacate Hass EE.UU.....	78
Tabla 33. Importaciones en TM de aguacate Hass	79
Tabla 34. Proyecciones de las importaciones de aguacate Hass	80
Tabla 35. Exportaciones de Aguacate Hass en TM	80
Tabla 36. Exportaciones de Aguacate Hass en TM	80
Tabla 37. Proyecciones exportaciones de aguacate Hass.....	81
Tabla 38. Producción de aguacate en Estados Unidos.....	82
Tabla 39. Producción nacional en TM de aguacate Hass.....	82
Tabla 40. Proyecciones de la producción nacional de aguacate	83
Tabla 41. Importaciones de aguacate Hass en Florida.....	83
Tabla 42. Importaciones del Estado de Florida.....	84
Tabla 43. Proyecciones de aguacate Hass en Florida	85
Tabla 44. Exportaciones de aguacate Hass del Estado de Florida	85
Tabla 45. Exportaciones en TM de aguacate Hass desde Florida.....	86
Tabla 46. Proyecciones de las exportaciones de aguacate Hass con destino a Florida.....	87

Tabla 47. Producción nacional de aguacate del Estado de Florida.....	87
Tabla 48. Producción de aguacate en TM en Florida.....	87
Tabla 49. Proyecciones de la producción de aguacate en el Estado de Florida.....	88
Tabla 50. Producción de la empresa Mirafruits.....	89
Tabla 51. Proyecciones de la producción de la empresa Mirafruits.....	90
Tabla 52. Demanda por cubrir.....	91
Tabla 53. Matriz FODA.....	94
Tabla 54. Manual de Funciones Gerente General.....	95
Tabla 55. Manual de funciones del contador.....	95
Tabla 56. Manual de Funciones Operarios.....	96
Tabla 57. Manual de Funciones Asistente Comercial.....	96
Tabla 58. Manual de Funciones jefe de producción.....	97
Tabla 59. Manual de Funciones secretaria.....	97
Tabla 60. Descripción de procesos de producción.....	99
Tabla 61. Maquinaria operativa.....	102
Tabla 62. Ficha técnica del aguacate Hass.....	103
Tabla 63. Comparación de precios de aguacate en Florida.....	107
Tabla 64. Estrategias de publicidad.....	108
Tabla 65. Cubicaje de la mercancía para su comercialización.....	111
Tabla 66. Forma de envío.....	112
Tabla 67. Incoterms.....	112
Tabla 68. Tabla comparativa Incoterms.....	113
Tabla 69. Transporte internacional.....	114
Tabla 70. Inversión inicial.....	115
Tabla 71. Activos fijos.....	115
Tabla 72. Activos diferidos.....	116
Tabla 73. Costos de producción.....	117
Tabla 74. Gastos administrativos.....	118
Tabla 75. Costos de comercialización y ventas.....	118
Tabla 76. Gastos financieros.....	119
Tabla 77. Estructura del financiamiento.....	119

Tabla 78. Costo capital.....	119
Tabla 79. Balance general 2018-2023.....	119
Tabla 80. Estado de resultados.....	121
Tabla 81. Flujo neto de efectivo.....	121
Tabla 82. Indicadores financieros	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de kelsen.....	33
Figura 2. Fundamentación Conceptual	36
Figura 3. Campana de Gauss	47
Figura 4. Top 10 importaciones de aguacate Hass	50
Figura 5. Top 10 exportaciones de aguacate Hass.....	52
Figura 6. Balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos	56
Figura 7. Balanza comercial entre Ecuador y Emiratos Árabes	56
Figura 8. Balanza comercial entre Ecuador y Chile	57
Figura 9. Ubicación geográfica.....	64
Figura 10. Ingresos medios por individuo en EE.UU	68
Figura 11. Métodos de negociación.....	69
Figura 12. Estrategias de negociación	70
Figura 13. Mercado objetivo en Estados Unidos	77
Figura 14. Importaciones de aguacate en TM.....	79
Figura 15. Exportaciones de aguacate Hass.....	81
Figura 16. Producción nacional de aguacate Hass.....	83
Figura 17. Importaciones de aguacate Hass de Florida	85
Figura 18. Exportaciones de aguacate Hass desde Florida.....	86
Figura 19. Producción de aguacate en Florida.....	88
Figura 20. Producción de la empresa Mirafruits.....	89
Figura 21. Macro localización	92
Figura 22. Micro localización	92
Figura 23. Organigrama de la empresa MiraFruits.....	93
Figura 24. Instalación y Distribución de la planta.....	98

Figura 25. Mapa de procesos	99
Figura 26. Flujograma de procesos.....	101
Figura 27. Certificaciones que tiene la empresa	104
Figura 28. Propuesta de marca.....	105
Figura 29. Propuesta de logotipo para aguacate	106
Figura 30. Empaque de aguacate Hass	107
Figura 31. Embalaje del aguacate Hass	107
Figura 32. Logística de exportación	110
Figura 33. Transporte Internacional, distancia	114

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Acta de sustentación de pre-defensa	140
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	141
Anexo 3: Solicitud dirigida a la empresa.....	142
Anexo 4: Carta de aceptación de la empresa	143
Anexo 5: Solicitud entrevista Empresa Mirafruits	144
Anexo 6: Entrevista empresa Mirafruits.....	145
Anexo 7: Solicitud entrevista Proecuador	147
Anexo 8: Entrevista Proecuador	148
Anexo 9: Solicitud entrevista MAG	150
Anexo 10: Entrevista MAG	151
Anexo 11: Encuesta aplicada.....	153
Anexo 121: Amortización.....	157

RESUMEN

La presente investigación, está orientada en analizar las alternativas de mercados internacionales que generen oportunidades para la internacionalización del aguacate Hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. Cantón Mira, provincia del Carchi. Se utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo para la recopilación de información basada en el comportamiento de la oferta y demanda del producto, permitiendo establecer una guía teórica para el desarrollo de un proceso de distribución física vinculado con el régimen 40. La investigación, se ha direccionado en dos factores fundamentales. El primer contexto es la variable independiente sobre las alternativas de mercados internacionales como un aspecto primordial para la identificación del mercado meta a través de un análisis estadístico y el diagnóstico de la matriz de ponderación por puntos, seleccionando a Estados Unidos con un puntaje de 1,28 y a Florida con un valor de 1,08. Los mayoristas son los importadores con quiénes se establecen negociaciones empresariales, además de considerar que existe alta oportunidad, demanda y aceptación. La segunda variable dependiente denominada comercialización de aguacate Hass se identificó un sistema integral logístico detallando cada una de las actividades para que el producto sea competitivo y reduzca la amenaza de sus competidores ya posicionados en el mercado internacional. Para el 2024 Estados Unidos presenta una demanda insatisfecha de 1.274.501.800 kg, la producción de la empresa es de 141.996 kg, por lo tanto, con la oferta exportable se cubre el 2,69% de la demanda pronosticada. Para llegar con éxito al mercado meta se establece un precio \$2,72 basado en el Incoterms DDP, utilizando el transporte marítimo para ser trasladado al puerto de Miami con una duración de 6 días y 6 horas. El proyecto tiene una inversión inicial de 4434.324,24 que será financiado el 75,37% capital propio y 24,63 por una entidad bancaria, en los indicadores económicos se obtuvo un resultado positivo y viable para la aplicación del proyecto, VAN es de 353.572,46 y TIR con 33%, obteniendo la recuperación en un periodo de 3 años. Finalmente, el resultado de la encuesta se determinó que el estado de Florida estaría dispuesto a comprar el producto, al ser un sector que consume diariamente aguacate Hass por destacar por su sabor y textura, además de aportar aportes nutritivos para la salud, mismos que para la adquisición buscan calidad, innovación y certificaciones.

Palabras claves: exportación, mercados internacionales, comercialización, aguacate Hass y competitividad.

ABSTRACT

This research is oriented to analyze the alternatives of international markets that generate opportunities for the internationalization of the Hass avocado from MiraFruits Cia. Ltda company, Mira canton, Carchi province. It was used a qualitative and quantitative approach to collecting information based on behavior of supply and demand of the product, allowing to establish a theory guide for the development of a physical distribution process linked to the regime 40. The research has been focused on two fundamental factors. The first context is the independent variable on the alternatives of international markets as an essential aspect for the identification of the target market through a statistical analysis and the diagnosis of the weighting matrix by points, selecting the United States with a score of 1.28 and Florida with a value of 1.08. Wholesalers are the importers with whom business negotiations are established, in addition to considering that there is high opportunity, demand and acceptance. The second dependent variable called Hass avocado marketing identified an integral logistics system detailing each of the activities so that the product is competitive and reduces the threat of its competitors already positioned in the international market. By 2024 the United States presents an unsatisfied demand of 1,274,501,800 kg, the company's production is 141,996 kg, therefore, the exportable supply covers the 2.69% of the predicted demand. To successfully reach the target market, a price of \$2.72 is established based on the Incoterms DDP, using maritime transport to be transferred to Miami port with a duration of 6 days and 6 hours. The project has an initial investment of 4434,324.24, which will be financed 75.37% by own capital and 24.63 by a banking entity. In economic indicators, a positive and viable result was obtained for the application of the project. NPV is 353,572.46 and IRR is 33%, obtaining recovery in a period of 3 years. Finally, the result of the survey determined that the state of Florida would be willing to buy the product, being a sector that consumes Hass avocado daily because it stands out for its flavor and texture, in addition to providing nutritional contributions for health, those who look for quality, innovation and certifications when purchasing.

Keywords: exportation, international markets, commercialization, Hass avocado and competitiveness.

INTRODUCCIÓN

La internacionalización de bienes sin duda es imprescindible en el desarrollo de la economía de un país, por lo que, el fenómeno globalizador ha permitido que países se interaccionen por medio de las transacciones comerciales, en el cual, se evidencia la apertura de mercados y la erradicación de barreras comerciales. Por lo tanto, hoy en día países, así como empresas concentran esfuerzos para salir de la zona de confort por medio del intercambio comercial con diferentes nichos.

En el proceso de busca de nuevas alternativas y oportunidades para la diversificación comercial, la empresa MiraFruits Cia. Ltda. plantea una propuesta transaccional con miras hacia un mercado propicio en el extranjero, el producto que se pretende exportar es el aguacate de la variedad Hass producidas en el cantón Mira, provincia del Carchi.

Por lo tanto, para solventar la temática planteada en la presente investigación se basa del análisis a; teorías, modelos, conceptos, antecedentes, políticas, estrategias, etc. Con la finalidad de dar con la mejor alternativa para la comercialización de dicha oferta de la empresa mencionada con anterioridad. La alternativa encontrada el cual se establece como la decisión más idónea para comerciar, se emite previo a conocer resultados del análisis a datos cualitativos y cuantitativos. Esta información permite una visión panorámica de las condiciones del mercado meta.

El mercado norteamericano es un segmento poco explorado, aunque este viene siendo un nicho muy tradicional por lo que se asumiría que este mercado no evoluciona. Sin embargo, en el periodo de análisis 2018-2023 este mercado se despliega en un 1.89% para la demanda de aguacates de la variedad Hass, así mismo, la actitud proactiva de la investigación permite conocer que el mercado para años futuros “2024, 2025, 2026 y 2027” tiene una mayor acogida aproximadamente en un 5.48%, 5.20%, 4.94% y 4.71% respectivamente para el producto en cuestión.

Finalmente, para la toma de decisiones respecto a la alternativa de mercado, las cifras obtenidas de las diferentes ponderaciones ha sido un referente, previo a la consolidación del nicho objetivo, también se procede al diseño de la fase de la trazabilidad, para lo cual se ha considerado y analizado diversos factores tales como; políticos, logísticos, financieros los cuales fortalecen la diligencia estratégica y hacen posible la comercialización del aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, provincia del Carchi, tal como demanda la idea a defender de la presente investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años se ha producido un cambio significativo en la economía de todo el mundo, dejando atrás el hecho de que las economías eran entidades subjetivamente autónomas separadas entre sí por barreras a los negocios y a la inversión global, por distancias, husos horarios e idiomas, etc. Aislados debido a las diferencias nacionales en las reglas gubernamentales, la cultura y los sistemas comerciales, así como a la disminución de las barreras globales a los negocios y la inversión, las distancias se acortarán debido a los avances en la tecnología del transporte y las telecomunicaciones. En el que las civilizaciones materiales comienzan a parecerse entre sí en todo el mundo y las economías nacionales se fusionan en un sistema económico global integrador e interdependiente. El surgimiento del comercio internacional surge como respuesta a la incapacidad de un país de crear todo lo que su economía necesita para su desarrollo. Está claro que no todos los países tienen suficientes bienes, aunque los tengan, no en todos los casos son bienes de alta calidad. En consecuencia, el desarrollo de las naciones trae diversos beneficios, no sólo a la economía como tal, sino también a su propio intercambio comercial de bienes o servicios. (Nanot, 2020)

En la actualidad han surgido varias problemáticas que han afectado a los sistemas económicos a nivel mundial, con la aparición de ciertas leyes que han sido trabas para que los países puedan comercializar sus productos con normalidad, además, se debe tener en cuenta que no hay el suficiente apoyo para las PYMES que desean emprender con nuevas ideas, a esto se suma la falta de inversión y apoyo hacia los mismos, un factor clave para que la comercialización de productos sea armonizada es la tecnología, la misma que ha generado grandes brechas en las relaciones comerciales las cuales se implementan para poder acaparar un mercado de cierto producto, siendo beneficioso para las empresas que están a la vanguardia de esta.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) prevé ahora una disminución del volumen del negocio mundial de mercancías del 9,2% para 2020, seguida de un incremento del 7,2% en 2021. Estas estimaciones dependen de un nivel de incertidumbre inusualmente alto, debido a que están sujetas a la evolución de la enfermedad pandémica y de las respuestas de los Gobiernos. (OMC, 2020)

El Ecuador es un país megadiverso con una gran variedad de productos, que juntamente con el Ministerio de Agricultura (MAG) se encargan de incentivar a las pequeñas y grandes empresas a incrementar su producción y de esta manera ser más competitivos en el mercado.

El país se ha caracterizado por la comercialización de materias primas, por la carencia de tecnología en varias empresas lo que ha dificultado la obtención de productos innovadores para satisfacer las necesidades de los consumidores, estancándose y haciendo monótona su producción y provocando que las empresas no sean competitivas en el mercado nacional.

Además, cabe mencionar que la empresa “MiraFruits” desconoce la creación de alternativas comerciales las mismas que hoy en día son aplicadas por las empresas para encontrar nuevos mercados que les permitan comercializar sus productos y de esta manera ser más rentables en el mercado. La empresa en la actualidad se dedica a la comercialización del aguacate hass y otras frutas de la zona, cumpliendo con todas las restricciones y exigencias del mercado internacional, imposibilitando que pueda ingresar su producto a otros mercados que no sean la Unión Europea, otro factor es la competencia directa del aguacate de variedad Hass en el mercado tanto nacional como internacional.

La falta de la aplicación de nuevas alternativas comerciales ha provocado que la empresa destine su producto a un solo mercado negando la capacidad que puede llegar a tener al momento de cubrir la demanda de varios mercados a los que se puede comercializar este producto. La empresa MiraFruits, al ser privada no tiene el suficiente apoyo por el estado para lograr ampliar su planta productora y cubrir la demanda de otros mercados opcionales, siendo este un limitante para la misma

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits del cantón Mira, provincia del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

A través de esta investigación, Mirafruits identificó los mejores mercados para exportar aguacate variedad Hass, así como entendió sus necesidades y cómo satisfacerlas. Esto se traduce en una mayor rentabilidad y beneficios para los propietarios de empresas y asociaciones proveedoras de materias primas. (FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2020) Manifiesta que “Si mejoramos estos indicadores de la producción el Ecuador podrá no solo tener aceptación sino competir fuertemente en los mercados internacionales como lo hacen países vecinos Perú y Bolivia.” (Pág. 3).

Estos puntos son significativos para ampliar la capacidad exportadora, contribuir a la economía del estado de Mira mediante la creación de fuentes de empleo y contribuir a cambios en la matriz productiva del país.

Los datos acerca de la evolución del consumo agroalimentario generalmente, así como de aguacate en especial, indican un constante aumento en la última década, con tendencia a seguir en el futuro inmediato, en compañía por la religión de que dicha evolución se crea en un gran mercado exclusivo. Esta investigación se encuentra legalmente respaldada por el Código Orgánico de Producción e Inversiones (COPCI), dentro del artículo 4 literal k el mismo que nos menciona: Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional (COPCI, 2018)

Se analizaron las alternativas comerciales que la empresa MiraFruits puede aplicar en la comercialización de su producto estrella como es el aguacate de variedad Hass, la misma que se encuentra establecida en la ciudad de Mira provincia del Carchi, este producto ha llegado a obtener una adquisición en el mercado gracias a al potencial nutricional que el aguacate brinda. En 2020 la exportación de aguacate genero más 300 millones de dólares por exportación, por su lado el Ministerio de Agricultura y Ganadería, impulsa su producción, sobre todo, como un rubro ideal para la diversificación de cultivos. La demanda mundial crece en un 10% todos los años, lo importante de este producto es que puede consumirse fresco o industrializado, inclusive se lo está utilizando en cosmética, medicina y esto se incrementa su potencial.

La empresa “MiraFruits” ha ido creciendo con parte de las ganancias que esta produce para ir mejorando cada parte de la infraestructura, e implementación de estrategias dentro de su sistema de negocio, cabe mencionar que esta cuenta con proveedores altamente calificados, los mismos que entregan de manera estacional la producción obtenida en cada uno de sus cultivos, además por parte de la empresa se realiza un constante seguimiento y atención agrícola a cada uno de los proveedores, los mismo que son de la zona norte de la sierra ecuatoriana.

Los principales beneficiarios de esta investigación es la empresa MiraFruits, de esta manera se generará el fortalecimiento intelectual y productivo de la empresa, y a su vez a la comunidad en general. Además, se busca promover el sector agroindustrial con la innovación de nuevos productos y mejorando los procesos productivos, con la adquisición de nueva tecnología que permita incrementar la producción a menor costo, aprovechando los recursos naturales y el talento humano de la zona, otros beneficiarios dentro de esta investigación serán los agricultores de la zona, a quienes se los consideraría como los principales proveedores de aguacate para la empresa, logrando con esto la creación de nuevas fuentes de trabajo para los habitantes de la zona en la que se establece esta empresa.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass.
- Diagnosticar el mercado ofertante y demandante con el uso de la información obtenida de fuentes primarias y secundarias para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, provincia del Carchi.

- Realizar un estudio técnico y financiero que permita identificar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál son las alternativas comerciales que tiene el aguacate hass?
- ¿Qué mercado resulta factible para la comercialización de aguacate hass?
- ¿Cuál es la demanda existente que tiene el aguacate a nivel mundial?
- ¿Cuáles son los permisos necesarios para la exportación de aguacate hass?
- ¿Qué tipo de estrategia comercial debe aplicar la empresa MiraFruits para lograr participación en el mercado?
- ¿Cuáles son los principales competidores de aguacate en el mercado internacional?
- ¿Cuáles son los principales importadores de aguacate de la variedad hass?
- ¿Qué estándares de calidad deberá cumplir el aguacate para ingresar a mercados internacionales?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Antecedente 1

Tema: Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de hojuelas de quinua de la empresa INDPROAGRO de la ciudad de Tulcán

Autor: Yeraldine Sepulveda Cayambe

Año: 2018

Denominación: Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Descripción:

La siguiente tesis de investigación se centra en la búsqueda de alternativas de mercados internacionales para la comercialización de hojuelas de quinua, en la que la autora analiza desde los factores: políticos, sociales, económicos y legales, además toma en consideración 3 países en los que luego de analizar dichos factores sobresale el más óptimo en este caso Canadá porque se obtuvo datos importantes de oferta y demanda, la metodología de estudio presenta dos enfoques, cualitativo que al obtener información de fuentes primarias se conoce las inquietudes que presentan los miembros de la empresa y cuantitativo para el estudio de datos estadísticos obtenidos de fuentes secundarias, sumado a ello un estudio de campo que permite la recolección de información de primera mano, posteriormente en el desarrollo del estudio de investigación se presenta la segmentación, cuyo objetivo permite conocer la delimitación del mercado obteniendo información relevante, dentro de un estudio técnico, se considera la parte interna de la empresa, desde su producción hasta el producto final, en el estudio logístico se hace énfasis a la exportación con los diferentes canales y para finalizar un estudio financiero en el cual se verifica la rentabilidad que tiene la empresa y cuáles son los recursos con los que cuenta para realizar el estudio, dentro de ello cuenta con un capital propio del 60% y 40% respectivamente, además luego de colocar los datos respectivos se tiene un TIR del 26,09% lo que quiere decir que la empresa tendrá rentabilidad a largo plazo.

Las oportunidades de negociación para los productos a base de quinua son altas a nivel internacional, es por ello que, en los últimos años, las exportaciones se han incrementado en un 15% a nivel general, el valor actual neto es de \$ 133.398,89, es un valor mayor a cero lo que da como resultado un proyecto viable, uno de los objetivos dentro de la matriz productiva es el de

fortalecer una economía que este encaminada al conocimiento tecnológico creativo, sostenible y diferencial.

Antecedente 2.

Tema: Análisis de modelos de exportación de aguacate para mercados internacionales

Autores: JOHNNY FERNANDO SÁNCHEZ GUEVARA

Año: 2019

Denominación: Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial

Descripción:

En la presente investigación el autor busca oportunidades y diferentes formas de comercio para los productos de producción nacional, entre ellos se encuentra el grupo de los productos no tradicionales, en el cual se obtiene el aguacate Hass, gracias a su contenido nutritivo se ha permitido que sea parte de la dieta diaria y sea apetecido por parte de los consumidores, dentro de la investigación se plantean varios modelos de exportación. Por otra parte, se visualiza la metodología de investigación exploratoria apoyándose en diferentes aspectos como; culturales, acontecimientos históricos y tendencias etc, y descriptiva que se basa en las características de dichos modelos de exportación. Además, se presenta el análisis de la oferta y demanda, para conocer los posibles mercados que pueden ayudar a elegir el modelo más adecuado para la exportación de aguacate Hass, dentro de esta investigación se plantea un estudio financiero para conocer la viabilidad del proyecto y su enfoque para tomar la mejor decisión.

Para concluir el estudio, la fundamentación teórica y científica de las variables de estudio: exportación y su relación al acceso de mercados internacionales, han permitido determinar que la provincia de Tungurahua mantiene ventaja por su producción agrícola, siendo el aguacate HASS uno de los productos más importantes. Por lo cual su exportación es una oportunidad para el sector y de esta manera ayuda a su potencialización de igual manera con un modelo de exportación se busca incentivar a la productividad del sector, que junto con la creación de una política comercial adecuada beneficiaria a los productores con la inversión y capital para su mejora.

Antecedente 3.

Tema: *Plan de negocio para la comercialización de aguacate hass hacia el mercado canadiense*

Autores: Moran Quinto Angelica Del Pilar; Vernaza Diaz Carmen Mishelle

Año: 2018

Denominación: trabajo de grado previa la obtención del título de ingeniería en Gestión empresarial

Descripción:

Los autores establecen la siguiente metodología; analítica y empírica con el fin de dar a conocer la viabilidad que tiene el trabajo de investigación, para esto utilizan diferentes factores tales como: los principales demandantes de aguacate Hass en el que resalta Estados Unidos tras ser una de las principales potencias a nivel internacional, requiere abastecerse de diferentes productos agrícolas y así cubrir su demanda, por otro lado, el principal producto es México con un 45,95% en su oferta total, además se presentan las fuerzas de Porter con el fin de analizar el mercado y su competencia, para conocer el mercado destino se realiza un estudio de mercado tomando en consideración el análisis macroeconómico e indicadores económicos, logística, competitividad, estabilidad económica y lo más importante barreras arancelarias y no arancelarias para el producto, para la obtención de información primaria las autoras realizan encuestas que ayudan a conocer las preferencias del consumidor por el producto, de igual manera proponen un perfil corporativo conociendo a través de la matriz FODA sus principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, sumando a esto se presenta un análisis de la empresa con el fin de conocer la capacidad de producción y el proceso de comercialización, con relación al marketing implementan estrategias que permiten posicionar al producto dentro del mercado para ello es importante tener en cuenta el perfil comercial: logotipo, medios y publicidad, finalmente realizan un estudio financiero para conocer la inversión que deben realizar para comercializar el aguacate Hass, las autoras concluyen que el proyecto es rentable y que al realizar un plan de negocios incrementarían las ventas de este producto en el mercado canadiense, se aumentará el empleo, y se aprovecharán las oportunidades para los dos países.

El aporte que presenta este trabajo de investigación sobre el plan de negocios se asemeja al que se está desarrollando debido a que se investigará alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass, es por esta razón que servirá como una guía para realizar el perfil comercial de la empresa y aplicar el marketing y de esta manera publicitar el producto a la vez se debería considerar la aplicación de nuevas estrategias para comercializar el producto y el apoyo de entidades gubernamentales sería beneficiosa para la empresa.

Antecedente 4.

Tema: *Plan de negocios de una empresa exportadora de aguacate tipo “hass” hacia la comunidad europea, en la provincia de Manabí período 2017*

Autor: Christian Castro

Año: 2017

Denominación: proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingeniero Comercial

Descripción:

A lo largo de los años, Ecuador se ha caracterizado por la capacidad que tiene en aprovechar la excelente ubicación geográfica para exportar una gran cantidad de productos tradicionales específicamente relacionados con las actividades agrícolas los cuales se producen en diferentes provincias del país. En la presente investigación el autor menciona que el mercado presenta una existencia de demanda en el mercado internacional y además se prevé que a futuro la demanda de aguacate Hass se incremente. No obstante el plan de negocios que plantea se limita a la comercialización de este producto en la Comunidad Europea, así mismo se presenta un estudio de mercado con el fin de conocer entre los principales demandantes de esta Comunidad, el mercado objetivo, por otra parte en los principales resultados se mantiene que una de las principales provincias que se dedica la ofertar el producto es Manabí y mantiene un cultivo de 2000 hectáreas, pero solamente comercializan en el mercado nacional y a través de intermediarios y no obtienen beneficio de ello, sin embargo, al conocer un mercado dentro de la Unión Europea quieren aprovechar el Tratado de Libre Comercio que mantiene con el Ecuador y otorga libre acceso a diferentes productos entre ellos los agrícolas y así potenciar las exportaciones de este producto y en base a ello llegar a más mercados. Además, presentan los posibles mercados Holanda, Francia, España e Inglaterra porque son principales consumidores de aguacate Hass siendo el más potencial Holanda.

A través de este estudio se evidencia la demanda existente de aguacate en la Unión Europea siendo así un gran aporte para la investigación porque se puede aprovechar el Acuerdo Comercial que elimina el porcentaje arancelario dado que los productos ecuatorianos son muy cotizados y existe una tendencia de consumo para los siguientes años, y el aguacate Hass es un producto que solo utiliza más para exportación debido a los altos nutrientes que posee.

Antecedente 5.

Tema: *Oportunidad de exportación de aguacate hass a Francia*

Autor: Ana Garzón

Año: 2020

Denominación: Artículo científico

Descripción:

El artículo científico establece que la cadena industrial en los últimos años ha impulsado la internacionalización de los productos del sector agrícola de Colombia, por ello, existe apoyo para los productores de aguacate Hass que son cultivados en la provincia de Tolima, pues bien se conoce que este producto presente valores nutricionales altos y de igual forma se establecen estrategias para su comercialización de forma directa y establecen una forma de distribución, actualmente el gobierno busca impulsar la exportación de este bien para ayudar a los productores a obtener mayores beneficios, a través del estudio metodológico se analiza el mercado Frances como una oportunidad para este producto, pues se conoce que tiene más de 66 millones de consumidores y el poder adquisitivo es alto y se presenta una tendencia de crecimiento significativa, para ello se plantea como propuesta diseñar un plan de exportación, la autora analiza el mercado mundial del aguacate, tomando en cuenta los mercados más dinámicos teniendo a Colombia como mercado productor y exportador y los mercados internacionales como los importadores. Dicho esto, dentro del artículo se concluye que la demanda de aguacate de variedad Hass se encuentra en incremento, durante los últimos años el gobierno colombiano tiene como objetivo diversificar la oferta de productos, ampliar las relaciones comerciales y establecer alternativas comerciales, el mercado que mayor demanda de aguacate presente sigue siendo Estados Unidos con un 39,4% el mercado francés tiene un 7,2% Reino Unido y España presentan 4,8% y 4,7% según lo establecido por la autora, sumando a esto espera que Colombia opte por implementar tecnología que ayuden en la reducción de tiempo y costos durante la producción de aguacate.

Uno de los retos que presenta cada investigación es presentar resultados que beneficien de manera directa o indirecta en este caso a los productores de aguacate Hass en este artículo es claro el valor que le dan al producto y a su potencial exportador y de igual forma los resultados que obtienen son beneficiosos para el desarrollo del trabajo de investigación, para ello se debe acoger las sugerencias y establecer mejoras para encontrar un mercado atractivo.

Antecedente 6.

Tema: *Análisis de las exportaciones del aguacate de la zona 5 y 8 del Ecuador hacia los mercados sustentables*

Autores: Víctor H. Briones-Kusactay; Joseline E. Intriago-Vargas; María F. Villegas-Valle; Carlos E. Vásquez-Hidalgo

Año: 2018

Denominación: Artículo científico

Descripción:

La metodología utilizada en el artículo es descriptiva y correlacional con un enfoque mixto, por lo que se utiliza encuestas y entrevistas para tener datos primarios, el propósito que presenta la investigación es analizar la exportación de aguacates desde Ecuador a la UE y Rusia; actualmente, los productos agrícolas no tradicionales de exportación mantienen una posición importante en el mercado internacional, dado que representan el 40% de las exportaciones totales lo que se refleja en la balanza comercial de Ecuador, además resaltan la importancia de la responsabilidad social empresarial lo que se representa como una estrategia para los exportadores y las empresas en general, pero los exportadores están sujetos a los clientes actuales y potenciales investiguen más sobre la procedencia del producto, en el 2014 las exportaciones de aguacate fueron de aproximadamente \$143.000 pero en los años 2015 y 2016 respectivamente presentaron una disminución y para los próximos años incrementaron sus ventas, esto se vio reflejado en los valores FOB, la balanza comercial de Ecuador y con los mercados sustentables es decir que los bloques económicos con mayor destino en las exportaciones no petroleras es la UE puesto que durante los últimos años evidencia un crecimiento, seguido por ASEAN, por lo que dentro de estos mercados existe mayor demanda de este producto. Sin embargo, uno de los limitantes que tienen los productores es el desconocimiento de mercados y la falta de información sobre el proceso de exportación, además del que no conocen el cómo realizar una negociación y presentan temor en que puedan tener pérdidas económicas.

El aporte de este artículo en la investigación es significativo, porque presentan datos reales sobre la comercialización del producto lo que se evidencia en la balanza comercial de Ecuador y los mercados sustentables, además para dar mayor validez a la información establecen encuestas y entrevistas lo que permite conocer actualmente cual es el posicionamiento del aguacate frente los demás productos agrícolas.

Antecedente 7.

Tema: *Impacto de la exportación del aguacate hass a países bajos y mercado chino*

Autores: Paula Alejandra Cruz; Alixon Dubiana Enciso Ortiz; Jhon Alexander Gómez Vargas.

Año: 2019

Denominación: Artículo científico

Descripción:

El artículo presenta un análisis exhaustivo sobre el aguacate Hass proveniente de Colombia hacia Países Bajos y su inserción dentro del mercado asiático más específico en China, Arabia Saudita, Japón y Corea del Sur, parte desde la importancia de los valores nutricionales, las propiedades y la producción del producto desde el 2014 hasta el 2018 además, presenta el acuerdo comercial que tiene Colombia y China con relación a los ámbitos económicos, tecnológicos y sociales de igual forma los beneficios que se obtienen a través de este acuerdo. De acuerdo a los datos presentados sobre las exportaciones de aguacate en el periodo mencionado en cantidad se tiene un total de 49.618 toneladas y en valores FOB 162.999.647 dólares lo que muestra un crecimiento durante estos años, de igual manera los más rentables fueron el 2017 y 2018, se debe resaltar que Procolombia trabaja con departamentos como: (CBI) de Holanda impulsando de esta manera las exportaciones de productos colombianos no tradicionales, a lo largo del artículo los autores presentan las principales exportadoras de Colombia y los principales mercados en el que sobresale Países Bajos con 50% de participación. Pues bien existe potencial exportador en este país hacia mercados internacionales dado que, se pretende dar a conocer otra variedad de aguacate por medio de los acuerdos comerciales, de igual manera presenta una ventaja comparativa por lo que este país sería competencia para Ecuador, en Colombia la producción se da todo el año por lo que así abastecen al mercado extranjero cuando otros países no pueden cubrir la demanda.

El presente artículo aporta dentro de la investigación por lo que presenta datos sobre la oferta y la demanda del producto, así como los principales exportadores, de esta manera durante el desarrollo del trabajo se puede plantear sugerencias para posicionarse frente a la competencia, porque según la información que proporcionan los autores, Colombia es un mercado altamente competitivo en la producción y comercialización de aguacate Hass.

Antecedente 8.

Tema: *Análisis de la producción de aguacate en el Ecuador y su exportación a mercados internacionales en el periodo 2008 al 2018*

Autores: Jhonson Joel Álvarez Flores; Harry Vite Cevallos; Víctor Javier Garzón Montealegre; Héctor Carvajal Romero

Año: 2021

Denominación: artículo científico

Descripción:

En la investigación sobre el establecen un análisis sobre la producción de aguacate y su comercialización en los mercados internacionales las ventajas dentro de la económica nacional y del sector agrícola, para ello utilizan la metodología no experimental y a través de la busque en fuentes secundarias quieren dar a conocer la evolución de la comercialización de aguacate dado que en el 2018 la exportación generó ingresos positivos con 350 millones de dólares dando resultados positivos el MAG impulsó la producción de este producto y están investigando alternativas de mercados internacionales para su exportación con el fin de expandir el mercado e incrementar la participación para generar rentabilidad para los productores. El consumo de aguacate en el país es de apenas 1kg pero la siembra de este rubro es de más de 2290 hectáreas para personas que se dedican al cultivo solo de igual forma dentro del cultivo asociado existe aproximadamente 5507 ha en las zonas donde existe mayor cultivo es en la Sierra, y costa con 98,72% y 1,28% respectivamente y la región en la que resalta más es el Carchi, según los datos que presentan los autores se puede identificar que Ecuador posee ventaja comparativa en la producción, esto se debe a la variedad existente de los productos en este caso el aguacate Hass, además existe potencial para buscar nuevos mercados y de esta manera incrementar el empleo y dinamizar la economía.

Los autores plantean que para alcanzar éxito en la exportación de aguante es importante incrementar la producción, e implementar tecnología que permitan a las empresas tener más plantas por hectárea, porque de esta manera el país estará siendo competitivo en la producción y comercialización de este bien, por otra parte, para la investigación es importante el aporte que presentan los autores, por lo que establecen un análisis completo del crecimiento del mercado del aguacate Hass y de la misma manera presentan alternativas comerciales de este bien.

Antecedente 9.

Tema: *Estudio de la producción y comercialización del aguacate (persa americana) en las variedades fuerte y hass, en la provincia de Imbabura*

Autor: Herrera Maldonado Cruz Armando

Año: 2017

Denominación: Artículo

Descripción:

La investigación establece los niveles existentes en la producción de las 2 variedades de aguacates en este caso el Hass y fuerte que son los que más se producen en la zona norte del país, para realizar la investigación el autor presenta la metodología de estudio siendo estas documental, de campo y georreferenciación para ello se plantea entrevistas y encuestas para la obtención de datos primarios de igual forma con la población y muestra para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos tomando de referencia a productores y comerciantes de la zona de estudio Imbabura. En la investigación se presentan puntos clave de la producción de aguacate, siendo la variedad que más se produce la fuerte y además se conocen los puntos clave en donde se encuentran las zonas más productivas, arrojando como resultados que Pimampiro produce aguacate Fuerte y Cotacachi de variedad Hass, debido a que el rendimiento del aguacate que se produce tradicionalmente en Imbabura es de 8500 kg/ha/año utilizando tecnología dentro de los procesos se prevé que el rendimiento sea de 15000 kg/ha/año, esto se logra durante la temporada alta de cosecha es decir en (noviembre a abril) y la temporada en la que se produce menos es de (mayo a octubre) por lo que es del 50% menos, sin embargo en Pimampiro la producción de aguacate es durante todo el año y para la zona es ventajosa esta producción porque así se puede cubrir la demanda considerablemente durante el periodo de baja producción además, el autor plantea que si existe excedente se deberá comercializar a nivel internacional de forma directa lo que ayudaría a los productores a incrementar la producción y mejorar sus ingresos porque normalmente lo comercializan de forma indirecta pero no exportan.

Dicho esto, el aporte dentro de la investigación se puede implementar canales de comercialización a nivel internacional, además de realizar una propuesta para los productores buscando alternativas de mercados así mismo se puede aprovechar la producción para abastecer la demanda tanto nacional como internacional aplicando tecnificación en cada proceso.

Antecedente 10.

Tema: *Potencial del cultivo de aguacate (persa americana mill) en Ecuador como alternativa de comercialización en el mercado local e internacional*

Autores: Andrea Sotomayor; Alex Viera; William Viera

Año: 2017

Denominación: Artículo

Descripción:

En la investigación establecen la siguiente metodología de estudio, para determinar el potencial del aguacate métodos de cálculo y pronósticos de la demanda para conocer la cobertura que se cubrirá con la comercialización de este producto así como el método de análisis y opiniones por parte de los expertos en temáticas relacionadas a producción y comercialización de aguacate, y así obtener resultados favorables en la investigación, los autores mencionan que Ecuador tiene ventaja comparativa en la producción y cultivo de aguacate lo que es favorable para obtener un producto de calidad y así comercializarlo, las principales provincias en donde existe mayor producción son; Carchi, Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Loja y Azuay, según los datos recolectado para el mercado internacional requieren que la variedad del producto sea Hass, pero dentro del mercado nacional la oferta es la variedad Fuerte y la que más se produce, a través de este trabajo se presentan alternativas de mercados tales como; Estados Unidos, Holanda y Francia que son los más demandantes, los precios del producto oscilan entre \$1,06 y \$1,90 por kg y en el mercado internacional entre \$3,60 el kg esto debido a los precios que incurren dentro del proceso de comercialización, sin embargo es un precio asequible para los consumidores. No obstante, los precios suelen variar dependiendo la calidad y variedad del producto. Los resultados que obtienen los autores determinan que el principal importador de aguacate de Ecuador es Colombia sin embargo existen otras alternativas de mercado que pretenden ser aprovechados para su comercialización como el mercado europeo.

Los principales mercados atractivos para la comercialización de aguacate son; Corea del Sur, Japón, Canadá, Reino Unido, Hong Kong y Barbuda y Antigua según los datos otorgados por los autores, es por ello por lo que es importante y el aporte dentro del trabajo es esencial por lo que se puede optar por cualquiera de estos países para la comercialización de aguacate Hass porque es muy apetecido en el mercado internacional.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

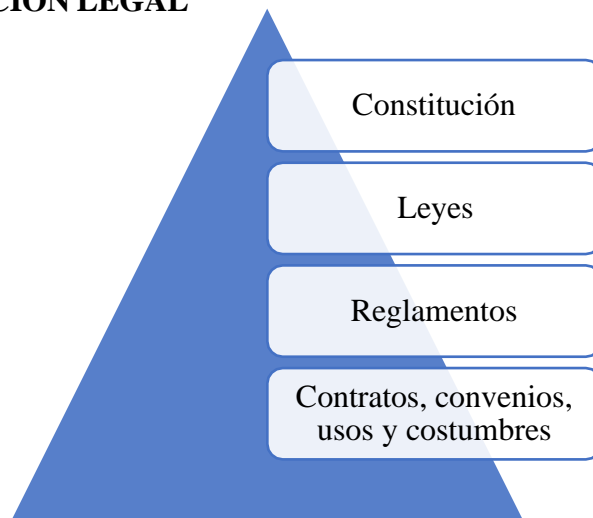


Figura 1. Pirámide de kelsen

Constitución de la República del Ecuador 2019

Art. 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos del estado.

Art. 284.- La política económica

Objetivos 2: Fomentar las actividades productivas complementarias en la producción nacional, la productividad y competitividad del sistema, la acumulación de conocimiento científico y tecnológico, la integración estratégica a la economía mundial y la integración regional.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, especialmente las exportaciones de los pequeños y medianos productores y el sector artesanal.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, cualquiera que sea la forma que adopte, se regirá por los principios y estándares de calidad, sostenibilidad, productividad del sistema, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (COPCI)

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado incentivará la producción orientada a la exportación y promoverá la producción orientada a la exportación a través de los siguientes mecanismos generales y directamente aplicables, sin perjuicio de los mecanismos previstos en otras leyes, reglamentos o programas gubernamentales: Para productos que cumplan con los requisitos de origen aplicables o disfruten de estas preferencias o servicios. , acceso a esquemas de preferencias arancelarias u otros tipos de beneficios disponibles para los signatarios de acuerdos comerciales mutuamente beneficiosos (ya sean regionales, bilaterales o multilaterales). (COPCI, 2018)

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA (DAVID RICARDO)

En base a David Ricardo tenemos lo que se conoce como ventaja comparativa que surge en base a los hallazgos que realizó Adam Smith al mencionar que un país debe de especializarse en lo que más sabe hacer con mayor eficiencia, como también en mención de la división del trabajo; por lo tanto para David Ricardo presenta su ventaja en su libro “Principios de economía política y tributación” en el cual menciona que un país debe de enfocarse en producir mercancías y servicios en las que tiene mayor ventaja comparativa. (Álvarez, 2018).

Ventaja comparativa, según la cual, aunque un país no tenga ninguna ventaja absoluta en la producción de ningún bien, se dedicará a la producción de aquellos bienes en cuya producción sus desventajas sean insignificantes, es decir, aquellas en la producción. de los cuales tiene mayor ventaja. comparado. La ventaja comparativa tiene mucho que ver con el concepto de costo de oportunidad: se toma la decisión de invertir en la producción de un bien o servicio determinado porque es allí donde se obtendrán las mejores ganancias en comparación con otras alternativas.

La teoría de Ricardo basada en el concepto de comparar precios de bienes. Si un país produce un bien a un costo menor que otro país, tiene una ventaja comparativa, pero esta ventaja lo obligará a especializarse cada vez más en la producción de ese bien. Y su producción aumenta, por lo que este mayor costo de oportunidad hará que el precio de los bienes se iguale entre los dos países, y la ventaja desaparecerá, equilibrando el precio.

Es muy claro lo que presenta David Ricardo dentro de su ventaja, ya que en la actualidad con el avance de los medios tecnológicos es más fácil saber lo que a la sociedad le gusta; y es ahí donde el país mira su potencial logrando incrementar su producción tomando en cuenta su competitividad en relación con otros países. De esta manera la empresa MiraFruits presenta una ventaja ante los

diferentes mercados ya que el aguacate un producto altamente consumido por la población e industrias agroalimentarias y de cosmetología.

2.3.2 TEORIA DE LA VENTAJA COMPETITIVA (MICHAEL PORTER)

Según el modelo de ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para establecer una posición defensiva en una industria con el objetivo de contrarrestar con éxito las fuerzas competitivas y generar un retorno de la inversión. Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible” (Porter, 2007)

La aplicación de esta teoría en la presente investigación es de suma importancia ya que permite determinar cuál es la competencia que tiene el producto, para ello la implementación de nuevas estrategias permitirá insertar el aguacate en el mercado, logrando con esto la aceptación por parte de los consumidores en los diferentes mercados internacionales a los que se dirige el producto.

Este estudio tiene una orientación relacionada con la aplicación de las tres estrategias que se asumirán. Porter: Estrategia de diferenciación en la que trabajamos en el proceso de productos, liderazgo de costos a través de la gestión adecuada para aumentar el valor frente al mercado, recursos, economía de escala, negociaciones con proveedores, disminución del tiempo empleado, por lo tanto, es esencial evaluar durante el tiempo dedicado a los detalles del producto final.

Procesamiento continuo para evitar problemas que reducen la competitividad, finalmente, la estrategia de enfoque realizada por la investigación de mercado para saber ajustar y usar productos de acuerdo con las necesidades del consumidor oportunidad.

Finalmente, se permitió la estrategia general y el poder de las cinco fuerzas de Porter, lograron determinar que la investigación es un factor externo decisivo que afecta la identificación del país.

2.3.3 PAUL KRUGMAN (LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL)

La nueva teoría aborda el concepto de economías a escala; en la cual nos menciona que ha mayor volumen de producción, el costo será menor dando beneficio a los consumidores; por lo tanto, esta teoría de Krugman da una nueva visión que se enmarca en la especialización, la producción a gran escala con bajos costos y una oferta diversificada. (Sánchez & Martínez Aldana, 2008).

Según Krugman y su filosofía enfocada en los negocios y mercados internacionales, tiene relación directa con el trabajo de investigación titulado “Mercados internacionales alternativos para la comercialización de aguacate Hass de la empresa MiraFruits del cantón Mira, provincia del Carchi, porque en adelante”. La posibilidad de comercialización mejorará el bienestar global porque el comercio se entiende como un método indirecto de producción, en lugar de producir un bien para sí mismo, un país puede producir otro bien e intercambiarlo por el bien que desea.

Como parte de la investigación realizada, se encuentra que el aguacate Hass se importa a los mercados internacionales debido a que esta producción indirecta requiere menos mano de obra que la producción directa en el exterior.

La aplicación de esta teoría dentro de la investigación permitió conocer como las empresas pueden disminuir los costos producción e incrementar las ventas, además, esta teoría aporta a la internacionalización de la empresa logrando la participación en el mercado de la empresa, la misma que puede llegar a incrementar su producción y el mejoramiento de la planta.

2.4 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

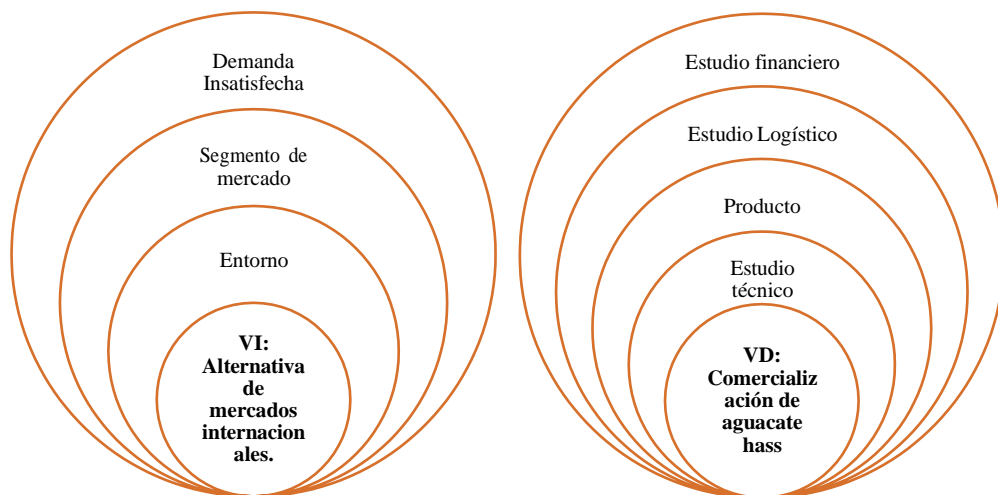


Figura 2. Fundamentación Conceptual

2.4.1. Variable independiente

Estudio de Entorno de Mercado: Es un acto que analiza y observa un sector particular al que una empresa desea ingresar a través de la producción de bienes o prestación de servicios. Para ello, necesitan sacar conclusiones apropiadas sobre el entorno en el que desean operar y los resultados que su ingreso les proporcionará, característicos de los bienes o servicios en los que operan. Toda

la información obtenida representará una estimación de la empresa, útil a la hora de considerar inversiones o ingresar al mercado. Al observarlo se considera la probabilidad de éxito operando en él con los bienes o servicios particulares que se ofrecen.

Segmentación de mercado: La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencia, es un método mediante el cual se pueden dividir los clientes potenciales en diferentes grupos para que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a la audiencia adecuada. La segmentación como término general se puede dividir en otras categorías amplias, como la orientación geográfica, o categorías más específicas, como la orientación por edad. Al utilizar estos métodos, las campañas de marketing se vuelven más efectivas porque llegan a las personas adecuadas con contenido adaptado a cada individuo.

Alcance del proyecto: límites geográficos, que determinan el lugar donde se realiza la investigación, los límites desde dónde y en qué medida los resultados de la investigación son válidos. La determinación de estos límites debe ser clara y no crear un riesgo de superposición de límites.

2.4.2. Variable dependiente

Estudio técnico: Se analizan elementos relacionados con la tecnología básica del producto y/o proceso a implementar, para lo cual se debe elaborar una descripción detallada mostrando todos los requisitos para la operación.

Producto: El aguacate Hass es la variedad comercial más popular a nivel internacional y, por tanto, la que más se cultiva.

Estudio de Logística de Exportación: La logística de exportación es el proceso integral mediante el cual se exporta un artículo a otra ciudad o país. Desde el transporte hasta el pago, pasando por el embalaje de la mercancía y la entrega, se tienen en cuenta puntos importantes.

Estudio Financiero: Es el proceso mediante el cual se analiza la viabilidad de un proyecto. En base a los recursos económicos de los que disponemos y al coste total del proceso productivo. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de viabilidad económica.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1 Cuantitativo

La investigación cuantitativa es aquella que utiliza datos cuantitativos recopilar información específica, como números. Estos datos son estructurados y estadísticos. Proporcionan el apoyo necesario para llegar a las conclusiones generales del estudio. (Mata, 2019)

La aplicación del enfoque cualitativo dentro de esta investigación permitió recopilar información en campo basándose de los instrumentos para el levantamiento de información, de la misma forma, identificar la población específica para el estudio con esto se logró aplicar las herramientas de investigación como son: encuesta, entrevista y el cálculo de la muestra. Este enfoque permitió obtener datos estadísticos de los principales países exportadores de aguacate, de los cuales Mirafruits optó por el más conveniente para su comercialización y lograr mayor rentabilidad.

3.1.1.2 Cualitativo

La investigación cualitativa es una investigación en la que se utilizan datos cualitativos para describir un aspecto en lugar de medirlo. Se compone de impresiones, opiniones y puntos de vista. La encuesta cualitativa está menos estructurada ya que busca profundizar en un tema para obtener información sobre las motivaciones, pensamientos y actitudes de las personas. Aunque estos datos proporcionan un conocimiento profundo basado en las preguntas de la investigación, los resultados son más difíciles de analizar. (Mata, 2019)

El enfoque cuantitativo en la investigación permitió conocer los gustos y preferencias de los consumidores, de esta manera la empresa logró acogerse a todos estos aspectos y así poder cumplir con las exigencias en el mercado al cual ira dirigido el producto. En la investigación se utilizó el enfoque cualitativo porque se conoció de manera muy particular las inquietudes de los accionistas de la empresa Mirafruits respecto a la expansión a nuevos mercados internacionales para que su producto pueda ser exportado. Este enfoque se basó en la recopilación de datos. Para ello se utilizó fuentes de información documental que nos permitieron realizar un análisis de alternativas de mercado para la exportación de aguacate.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. (Leyva, 2019)

Por medio de la investigación descriptiva se estableció información sobre el comportamiento de los consumidores con respecto al consumo de aguacate hass, de esta manera acceder y obtener el grado de aceptación por parte de estos y a su vez generar una hipótesis en relación con el producto. Además, se permitió buscar y analizar información relacionada con el análisis de la competitividad del sector agrícola en la zona 1, así como a realizar un estudio del proceso situacional de la empresa MiraFruits, cuyos datos puedan medirse mediante métodos estadísticos y evaluar el comportamiento de los consumidores mediante el estudio comparativo de los factores externos de diversos mercados internacionales, logrando una investigación más profunda.

3.1.2.2. De Campo

Según Arias (2018) plantea que la investigación de campo es:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (p. 31)

A través de la modalidad de campo se utilizaron técnicas de encuesta como entrevistas y cuestionarios de observación para obtener datos e información sobre las operaciones de la empresa; como parte del contacto directo con el punto de acopio, cabe agregar que se realizaron dos entrevistas a expertos en los temas de comercio, negociaciones y promoción de exportaciones. Los resultados contribuyeron al desarrollo de una investigación encaminada a obtener un estudio integral de los factores internos de la empresa para su evaluación y diagnóstico y que sirva de base para la formulación de estrategias que inciden en las oportunidades de mercado para su comercialización y promoción. para exportación.

3.2. IDEA A DEFENDER

Las Alternativas de mercados internacionales permitirá la comercialización de Aguacate Hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, provincia del Carchi

3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Definición de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN REAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
<p>Variable Independiente</p> <p>Alternativas de mercados internacionales</p>	<p>Se otorgó autorización para buscar y analizar información relacionada con el análisis de la competitividad del sector agrícola en la Zona 1, así como para realizar un estudio de situación del proceso de la empresa MiraFruits, cuyos datos puedan ser medidos mediante métodos estadísticos. y evaluar la conducta de los demandantes mediante un estudio comparativo de los factores externos de diversos mercados internacionales,</p>	<p>Análisis interno y externo del mercado internacional</p>	<p>Factores políticos Económicos, Legales, Geográficos. Sociales, Culturales Análisis de la demanda</p>

<p>Variable Dependiente Comercialización</p>	<p>logrando así una investigación más profunda. (MABIA, 2020)</p>	<p>Análisis interno y externo de la organización y de producción</p>	<p>Producto, precio, plaza, promoción. Capacidad de producción. Factores políticos, legales, sociales</p>
	<p>La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. (ECONOMÍA, 2010)</p>		

Definición de las variables de estudio dependiente e independiente.

3.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Tabla 2. Variable Dependiente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
VD: Comercialización de aguacate Hass	Estudio técnico	Macrolocalización	¿en dónde está ubicada la empresa?	Entrevista Observación	Formulario 001 Ficha de observación
		Microlocalización	¿Cuáles son los valores corporativos?		
		Valores corporativos	¿Cómo está conformada la infraestructura?		
		Infraestructura	¿Cómo es el proceso de producción de aguacate?		
		Procesos de producción			
	Producto	Descripción del producto	¿Cuáles son los componentes del aguacate hass?	Entrevista Análisis bibliográfico	Formulario 002 Fichas bibliográficas
		Ficha técnica del producto	¿Cómo está compuesta la ficha técnica del aguacate?		
		Precio del producto	¿Cuál es el precio del aguacate hass en el país destino?		
	Estudio logístico de exportación	Estrategias de publicidad	¿Qué estrategias de publicidad va a aplicar?		
		Cadena de suministro	¿Cuál es la cadena de suministros?	Análisis bibliográfico	Base de datos
		Canal de distribución	¿Cuáles son los principales canales de distribución?		
	Distribución física nacional e Internacional	¿Cuál es la distribución física nacional e internacional?			
Estudio financiero	Indicadores financieros	¿Cuál es el incoterm para utilizar?	Entrevista	Formulario 001	
		¿Cuáles son los activos fijos?			
		¿Cuál es la inversión que necesita la empresa Mirafruits?			
		¿Cuáles el porcentaje de rentabilidad?			

Análisis de la variable dependiente, comercialización de aguacate hass.

3.3.2 VARIABLE INDEPENDIENTE

Tabla 3. Variable Independiente

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
VI: Alternativas de mercados internacionales	ENTORNO	Indicadores económicos	¿Cuál es el PIB de los principales importadores?	Análisis bibliográfico	Base de datos
			¿Cuánto es el pib per cápita de los 3 principales países?		
			¿Cuál es la tasa de inflación?		
	Indicadores políticos	¿Cuál es el saldo comercial de los principales países?	Análisis bibliográfico	Base de datos	
		¿Cuál es el número de acuerdos comerciales? Número de barreras arancelarias y no arancelarias			
	Indicadores sociales	Perfil del consumidor de los 3 países Repartición de la actividad económica Ubicación geográfica	Análisis bibliográfico	Base de datos	
	MERCADO	Segmento de mercado	¿Cuál es el mercado de consumo?	Fichaje	Fichas bibliográficas
			¿Cuál es el modelo de negociación?		
		Perfil del consumidor	¿Cuáles son las estrategias de ingreso a los mercados internacionales?	Análisis bibliográfico	Base de datos
			¿Cuántas certificaciones internacionales existen?		
¿Cuáles son los indicadores de comportamiento?					
¿Cómo llegar al consumidor estadounidense?					
Cobertura del proyecto	¿Cuál es el porcentaje de cobertura del proyecto?	Análisis bibliográfico	Base de datos		
Oferta	¿Cuáles son los principales países ofertantes?	Análisis bibliográfico	Base de datos		
Demanda	¿Cuáles son los principales demandantes?	Análisis bibliográfico	Base de datos		

Análisis de la variable independiente, alternativas de mercados internacionales.

3.4 MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1 Métodos

3.4.1.1 Método Deductivo

Los métodos descriptivos buscan una comprensión inicial de la realidad que surge de las observaciones directas del investigador y de la lectura o estudio de información de otros autores. Se refiere a un método que tiene como objetivo revelar información importante sobre la realidad objeto de estudio con el máximo rigor metodológico de acuerdo con los estándares marcados por la academia. (Abreu, 2014)

La utilización del método deductivo es indispensable al momento de recopilar información y lograr que la interpretación de la misma se realice de un manera ordenada y clara facilitando la investigación, generando con esto buenos resultados.

3.4.1.2 Método Analítico

El método analítico es un método de investigación que divide un todo en partes o elementos con el fin de observar sus causas, naturaleza y resultados. El análisis es la observación y estudio de hechos específicos. Para comprender su esencia, es necesario comprender la naturaleza de los fenómenos y objetos en estudio. Este enfoque nos permite conocer más sobre el objeto de estudio, lo que nos permite: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y crear nuevas teorías. (Ruiz, 2019)

Con la aplicación de este método se podrá clasificar y establecer las principales causalidades de varios factores dentro de la investigación realizada, facilitando con esto determinar las características esenciales dentro de la investigación.

3.4.1.3 Método Descriptivo

Los métodos descriptivos son uno de los métodos cualitativos utilizados en la investigación que tiene como objetivo evaluar ciertas características de una población o situación particular. Como sugiere el nombre, la investigación descriptiva tiene como objetivo describir el estado y/o comportamiento de un conjunto de variables. (Yáñez, 2018)

La aplicación del método descriptivo permitirá conocer la población a ser investigada, además se es necesario conocer los gustos y preferencias por parte del consumidor, facilitando de esta manera la captación del mercado meta.

3.4.2 Técnicas

Las técnicas de investigación son un conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos utilizados para obtener información o conocimiento. Estos se utilizan según los protocolos establecidos en cada metodología específica.

3.4.2.1. Entrevistas

Para recolectar información se realizó un cuestionario el mismo que será aplicado a el gerente general de la empresa MiraFruits el Ing. Andrés Reina, con el fin de obtener información acerca de la parte interna y externa de la empresa, además, conocer la sus procesos de producción y manejo agrícola que utilizan, de igual manera se realizó una entrevista a profesionales pertenecientes a entidades como Ministerio de Agricultura y Pesca (MAG), Ing. Carlos Toapanta y ProEcuador de la zona 1, Ing. Oscar Ruano

3.4.2.2. Base de datos de la plataforma Data Sur

Para recopilar información de los principales importadores a nivel mundial, se realiza un análisis documental de los datos obtenidos del tráfico comercial durante un período de 5 años, teniendo en cuenta los valores FOB para el correspondiente análisis para conocer el mercado adecuado para la internacionalización.

3.4.2.3. Base de datos del Banco central

Para recopilar información sobre los principales mercados de destino de las exportaciones de aguacate, se utiliza la base de datos del Banco Central para identificar a los principales exportadores a nivel nacional.

3.4.2.4. Ficha de observación

Para la realización de la ficha de observación se toma en consideración los siguientes parámetros:

Tabla 4. Indicadores ficha de observación.

Valoración	Criterios
1	No logrado
2	En proceso
3	Avance inicial
4	Logrado satisfactoriamente

Parámetros tomados en cuenta para la elaboración de la ficha de observación.

A través de la ficha de observación se conoció la situación actual de la empresa y lo que se necesitará para complementar el proceso de internacionalización en el país destino.

3.4.2.5. Encuesta

La encuesta está dirigida al mercado estadounidense específicamente en el estado de Florida con la finalidad de obtener información del perfil de consumidor siendo de gran importancia para determinar los gustos y preferencias del mismo.

3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1 Población y muestra

El tamaño de la muestra se determina de acuerdo a información obtenida del Banco Mundial, en el cual se obtiene el número de habitantes del estado de Florida Estados Unidos, el mismo que consta de:

Tabla 5. Población del estado de Florida

Hombres	8,977,907
Mujeres	9,167,630
TOTAL	18,145,538

Población total del estado de Florida para el cálculo de la muestra

- Fórmula para el cálculo de la muestra en una población determinada.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

e= Error máximo

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de rechazo

z= Nivel de confianza

DATOS:

N= 18,145,538 habitantes

Z= 95%

P= 0,5

$$Q = 0,5$$

$$E = 5\%$$

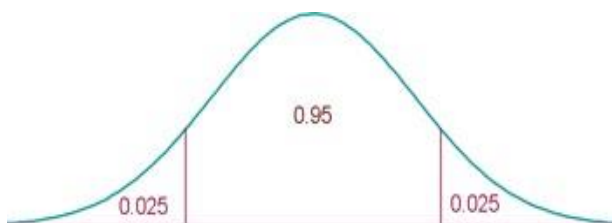


Figura 3. Campana de Gauss

Nivel de confianza

$$0.95 \quad Z = 1,96$$

$$+ 0.025$$

$$0,975$$

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{18,145,538 \cdot 1,96^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5)}{0,05^2(18,145,538 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025(2.273.249) + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{2.273250 \cdot 0,9604}{5.683,1225 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2.183.229,3}{5684,0829}$$

$$n = 384,09 \quad \mathbf{n = 384}$$

3.6. ALTERNATIVAS DE MERCADOS INTERNACIONALES

3.6.1. Análisis situacional de los principales importadores de aguacate Hass

Es importante realizar la correcta clasificación arancelaria del producto para obtener datos específicos sobre el intercambio comercial que presenta.

Tabla 6. Clasificación arancelaria del producto

Código	Descripción
Sección II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL

Capítulo 08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida: 0804	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
Subpartida nacional: 0804.40.00.00	Aguacates (paltas)
Arancel:	25% kg

Fuente: Nomenclatura de Designación y Codificación de mercancías del Ecuador, 2017. Clasificación arancelaria del producto investigado.

Para verificar los principales países importadores de aguacate se realizó la clasificación arancelaria del producto la cual especifica que en la subpartida 0804.40.00.00 son clasificados los aguacates, por lo que se obtiene los principales importadores

3.6.1.1 Análisis de las alternativas de mercados internacionales

Lista de los países importadores de Aguacate a nivel mundial.

Tabla 7. Principales importadores de aguacate Hass

Importadores	2018	2019	2020	2021	2022	Tasa de crecimiento
Estados Unidos de América	2.752.180	2.804.490	2.827.213	3.035.876	3.022.687	1,9%
Emiratos Árabes	296.300	328.135	308.518	350.376	352.577	3,5%
Chile	412.059	676.544	631.408	526.754	575.727	6,9%
Países Bajos	741.052	767.851	841.732	860.883	985.978	5,9%
India	425.245	295.211	381.386	499.733	381.858	-2,1%
España	373.254	381.385	408.755	478.191	457.259	4,1%
Francia	429.533	441.795	431.561	457.790	475.435	2,1%
Alemania	398.882	380.186	400.591	414.451	387.247	-0,6%
Reino Unido	392.555	382.177	362.212	351.980	337.987	-2,9%
Canadá	306.489	304.553	317.693	337.390	323.920	1,1%
LOS DEMÁS	2.077.239	1.532.562	2.267.501	1.820.702	557.621	
TOTAL	3.776.845	5.114.654	6.684.462	5.990.753	3.809.391	

Fuente: Datasur, 2023. Representación de los principales importadores de aguacate a nivel mundial, en el periodo 2018-2022.

En la tabla se evidencia los principales importadores de Aguacate a nivel mundial y de igual manera la tasa de crecimiento de cada uno cabe recalcar que los valores son en TM, por otra parte, Estados Unidos es uno de los principales países que ha adquirido este producto para su comercialización nacional pese a que su crecimiento es del 1,89% seguido de Emiratos Árabes con 3,5% y finalmente Chile con un crecimiento satisfactorio

del 6,92%. Estos son los tres principales países para realizar el estudio de mercado correspondiente aplicando la matriz de ponderación.

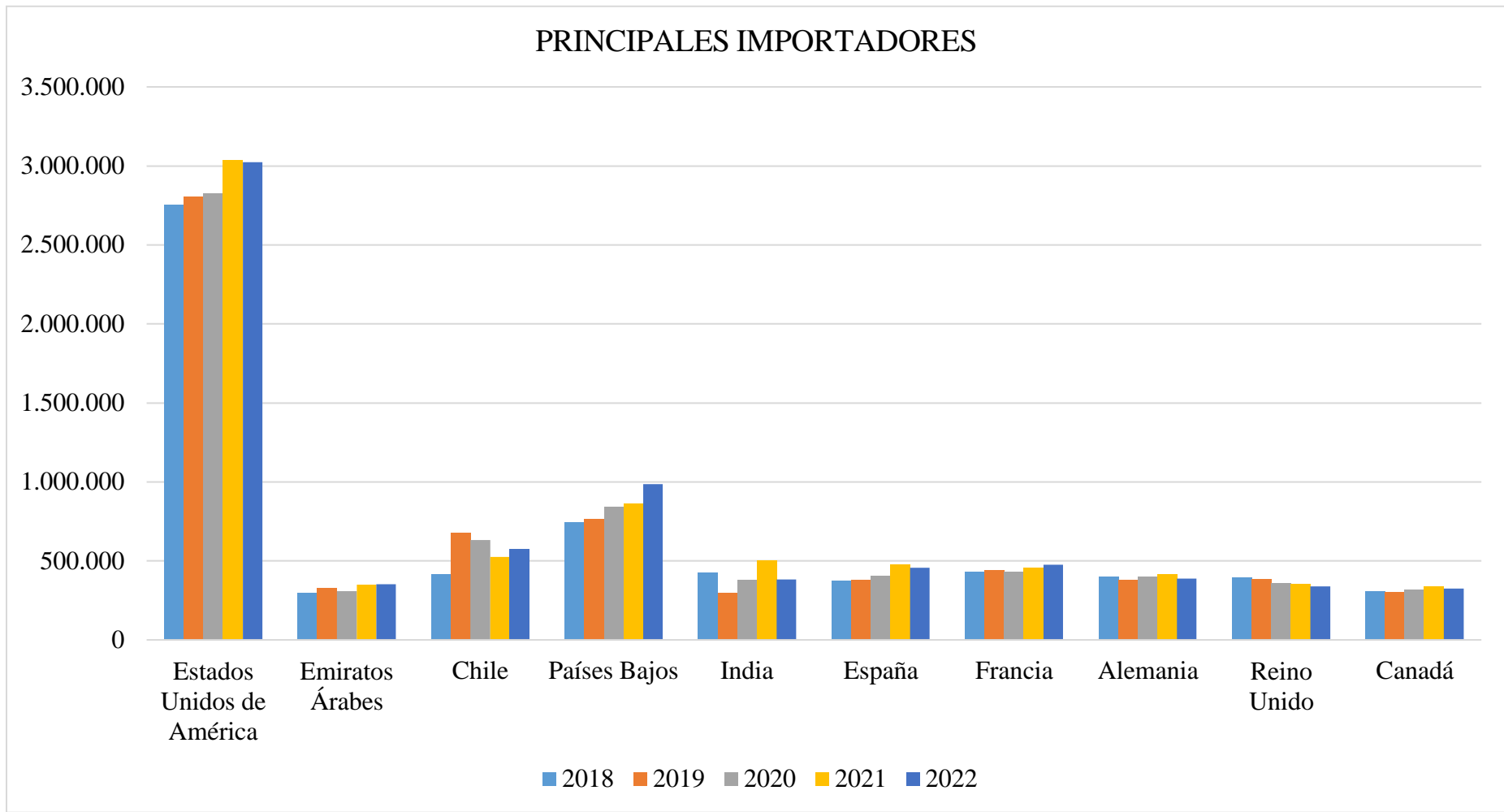


Figura 4. Top 10 importaciones de aguacate Hass
Fuente: Datasur, 2023.

3.6.2. Análisis situacional de los principales exportadores de aguacate Hass

Tabla 8. Principales exportadores de aguacate Hass

Exportadores	2018	2019	2020	2021	2022	Tasa de crecimiento
México	2434404	2305137	2568539	3026389		4,45%
Perú	1091936	952201	978908	1227070		2,36%
Países Bajos	359428	312073	410697	541520		8,54%
España	245776	270108	333212	366439	428346	11,75%
Chile	108891	119144	138401	139925	149917	6,60%
Colombia	132525	144621	96884	98183	109287	-3,78%
Kenya	30009	44570	77075	96904	98595	26,86%
Estados Unidos de América	71879	63356	79081	95036		5,74%
República Dominicana	68535	59347	66940	61386	49332	-2,18%
Sudáfrica	36090	44968	50082	56456		9,36%
Los demás	185402	201373	250326	290530	257814	
Total	2030004	2447682	2321014	2578113	3004900	

Fuente: DataSur, 2023. Principales exportadores de aguacate en un periodo comprendido desde el año 2018-2022.

En la tabla se presentan los principales países competidores con relación a la comercialización de aguacate, dentro de los cuales se tiene a México como el principal proveedor, seguido de Perú y finalmente Países bajos, los datos presentados de 5 años evidencia un crecimiento constante en las exportaciones, cabe recalcar que Países Bajos es uno de los principales importadores, y según los resultados obtenidos de trademap también exporta el aguacate.

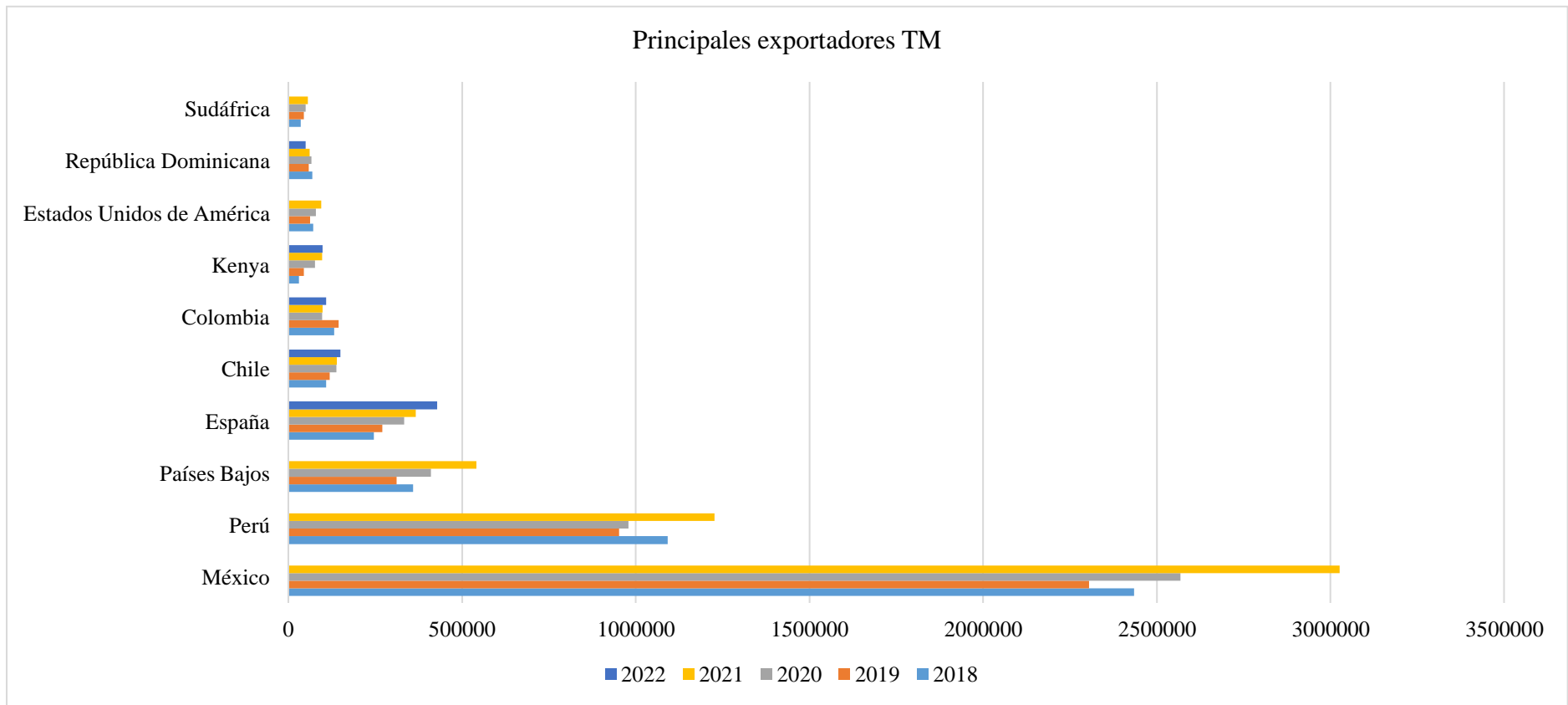


Figura 5. Top 10 exportaciones de aguacate Hass.

3.6.3. Análisis de la Oferta de aguacate hass

A nivel mundial el consumo de aguacate ha aumentado significativamente, ya sea con fines gastronómicos, farmacéuticos o cosméticos, siendo México uno de los mayores productores de este producto. El 75% de la producción de aguacate se produce en América Latina. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción de México se ha más que duplicado, de 1,1 millones de toneladas en 2010 a 2,4 millones de toneladas en 2020. Colombia también ha visto aumentar drásticamente su producción en los últimos años.

Colombia produjo 309.852 toneladas de aguacate en 2015. En 2020, la producción aumentó a 876.754 toneladas, lo que lo convierte en el segundo proveedor de América Latina. Según el Foro Económico Mundial, Colombia está en camino de superar a los continentes africano y asiático y convertirse en el principal exportador mundial de aguacates.

La principal demanda de la cosecha de aguacate latinoamericano proviene de Estados Unidos, donde en 2021 aproximadamente el 46% de los ingresos provinieron de este país. La mayor parte del mercado está asociado con días festivos y eventos importantes. Se estima que el fin de semana de la final del Super Bowl de la NFL representa el 20 % de las ventas anuales de aguacate en los EE. UU.

En Ecuador se cultivan cinco variedades de aguacate: Guatemala, Hass, Stand 8, Tonnage y Choquete. El incremento en la producción de estas variedades está impulsado por las exportaciones a Europa, que actualmente es un mercado potencial para el aguacate. En 2020 las exportaciones de aguacate generaron más de \$300 millones por exportación, según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, lo que incentiva la producción de aguacate, especialmente como producto ideal para la diversificación de cultivos. La demanda global crece un 10% cada año. Lo más importante de este producto es que puede consumirse fresco o industrialmente, incluso utilizarse en cosmética y medicamentos, lo que aumenta su potencia. En 2019 la producción de aguacate alcanzó las 20.995 toneladas con una superficie total de 4.653 hectáreas.

La producción se distribuye en la cuenca interandina de la Sierra, en las provincias de Imbabura (Chota y Salinas), Carchi (Mira), Pichincha (Guayllamba), Tungurahua (Patate y Baños) y Azuay (Paute y Gualaceo). El precio de un kilo de aguacate a nivel de finca en Ecuador está entre USD 0,60 y USD 0,70, tres veces el precio en Europa. Los aguacates andinos y costeros de Ecuador se encuentran entre los productos no tradicionales exportados, generando empleos, riqueza y oportunidades para mejorar la calidad de vida de miles de agricultores. La producción y comercialización de aguacate es una nueva alternativa para mejorar la economía del

agricultor, porque el precio en el mercado local es asequible. Esta fábrica permite también la transformación rural y la diversificación de cultivos, de modo que este sector se convierta en un elemento estratégico para la gran industria a medio y largo plazo.

En la provincia del Carchi la producción de aguacate ocupa el 36% del total, siendo el cantón Mira como el mayor productor de aguacate de variedad hass. En este caso la empresa Mirafruits es la encargada de receptor toda la cosecha que se da en el cantón, la provincia y para cubrir su demanda adquiere el producto de otras provincias. Esta empresa ya exporta aguacate hacia la Unión Europea,

3.6.3.1. Principales países exportadores de aguacate hass, periodo enero-agosto 2023.

Tabla 9. Principales países exportadores de aguacate periodo enero-agosto 2023

N°	Exportadores	Valor exportado Enero	Valor exportado Febrero	Valor exportado Marzo	Valor exportado Abril	Valor exportado Mayo	Valor exportado Junio	Valor exportado Julio	Valor exportado Agosto
1	Hong Kong, China	639	1147	2359	1947	4245	5580	4451	3732
2	Brasil	321	446	4787	9121	10641	4806	2307	2816
3	Chile	19463	12478	8122	2327	3034	454	74	1686
4	Suiza	48	0	14	0	28	96	78	11
5	Georgia	6	3	3	0	0	1	0	6
6	Paraguay	0	0	0	0	1	0	0	1
7	Madagascar	0	0	0	0	3	0	0	0
8	Noruega	25	0	0	0	1	1	2	0
9	Corea, República de	0	0	1	1	1	1	0	0
10	Letonia	310	415	484	340	277	276	237	
11	Lituania	761	1248	1087	765	624	428	578	
12	Luxemburgo	36	36	38	38	49	45		
13	Alemania	5626	5956	4629	6567	4930	3495	4707	
14	Grecia	325	326	425	499	723	474	234	
15	Guatemala	1988	1794	398	236				
16	Hungría	761	940	1067	953	847	637		
17	Islandia	0	0	0	0	0	0	0	
18	Indonesia	19	16	18	10	13	8	12	
19	Irlanda	40	27	25	41	33	31	39	

Clasificación de los principales países exportadores de aguacate en el periodo enero-agosto 2023

En la tabla se presentan los principales países exportadores aguacate en un periodo comprendido de enero-agosto del 2023 dentro de los cuales se tiene a Hong Kong, China como el principal exportador, seguido por Brasil y finalmente Chile, los datos presentados evidencian un crecimiento constante en las exportaciones de aguacate.

3.6.3.2. Principales empresas exportadoras de aguacate hass, periodo enero-agosto 2023.

Tabla 10. Principales empresas exportadoras de aguacate hass, periodo enero-agosto 2023.

N°	EMPRESA EXPORTADORA	PAÍS DESTINO	US\$ FOB
1	Mirafruits Cia Ltda	Algeciras	\$ 5.181,75
2	Frutiexportecu Cia. Ltda.	Perú	\$ 1.320,00
3	Uyamafarms S.A.	Corea Del Sur	\$ 2,55
4	Obando Bolaño Rosa Epifania	Miami	\$ 20,00
5	Native Golden Fruit S.A.S.	Heathrow Apt/London	\$ 3.499,20
6	Galarza Guaita Narciza De Jesus	Geneve	\$ 80,00
7	Melendez Martinez Gabriela Fernanda	Berlin	\$ 9,00
8	Productora Ecuatoriana De Frutas Exoticas Organpit Cia.Ltda.	Hong Kong	\$ 1.240,00
9	Granadilla Monte Olivo S.A.S.	Emiratos Árabes Unidos	\$ 13.936,00

Principales empresas comercializadoras de aguacate del Ecuador.

En la presente tabla se puede destacar las principales empresas exportadoras de aguacate hass del Ecuador, siendo MIRAFRUITTS CIA LTDA, FRUTIEXPORTECU CIA. LTDA., UYAMAFARMS S.A. como las tres mayores comercializadoras de aguacate del país, esto permite determinar la competencia que tiene la empresas Mirafruits en el mercado internacional.

3.7. ESTUDIO DE MERCADO

3.7.1. Indicadores políticos

En el estudio de mercado se debe considerar los indicadores políticos puesto a que a través de ellos se puede conocer aspectos políticos que influyen en la decisión para escoger al país a exportar.

3.7.1.1. Balanza comercial

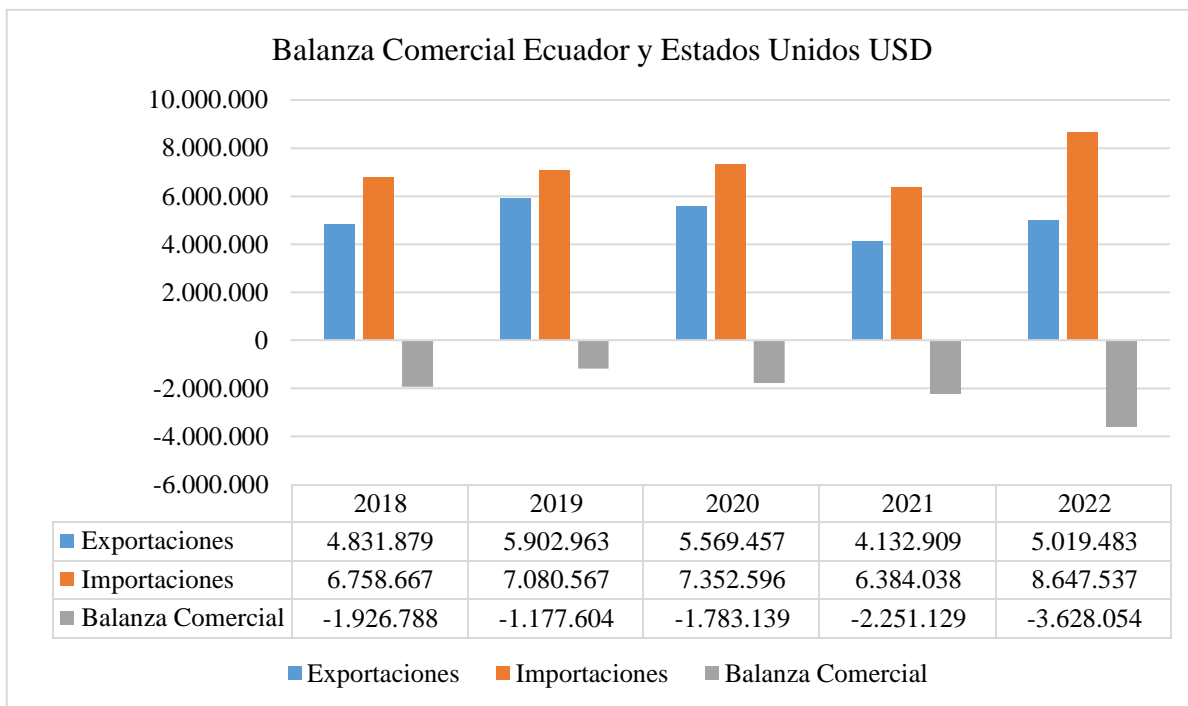


Figura 6. Balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos
Fuente: Datasur, 2023

En los 5 años de estudio se evidencia una balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos en valores FOB con un saldo comercial negativo, por lo que se han realizado mayores importaciones que exportaciones con una desventaja, a la vez es una situación que persiste en el país por lo general se compensa con una deuda ya sea pública o privada influyendo en las ventas, en el 2022 el déficit es eminente y supera los demás años con un total de $-3.628.054$.

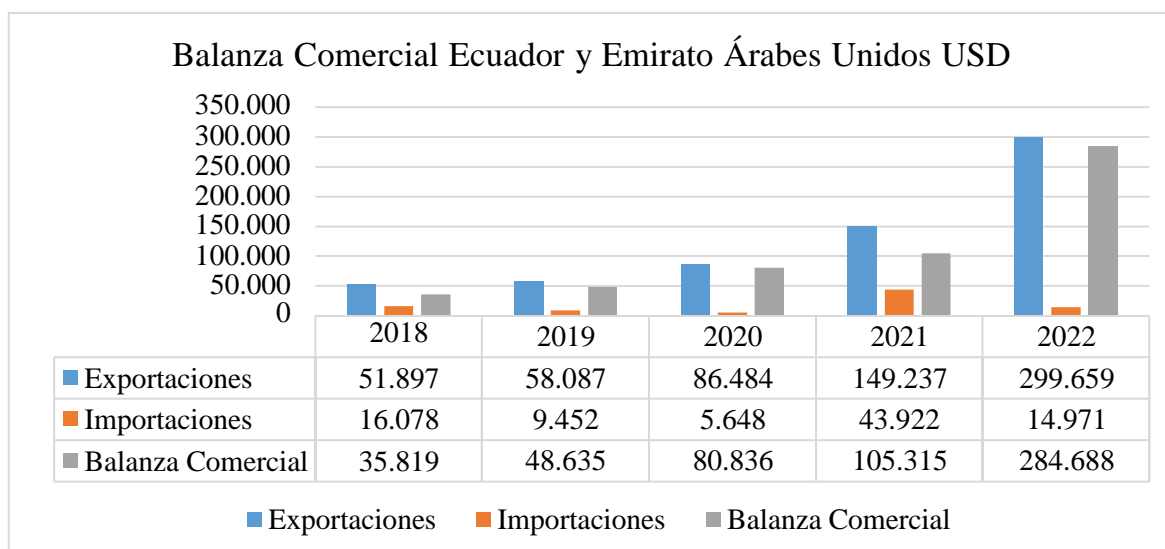


Figura 7. Balanza comercial entre Ecuador y Emiratos Árabes
Fuente: Datasur, 2023.

Pues bien, Ecuador es muy diverso en la producción y comercialización de aguacate y de otros bienes, por lo que en los últimos 5 años de estudio junto a Emiratos Árabes su balanza comercial en los años 2018 y 2022 existe un superávit esto quiere decir que las exportaciones superaron las importaciones y fue ventajoso para el país por lo que se logró un reconocimiento, pero durante los siguientes tres años el cambio fue eminente de igual forma pese a la pandemia COVID 19 las ventas disminuyeron significativamente, al 2022 la balanza comercial presenta un signo positivo en valores FOB.

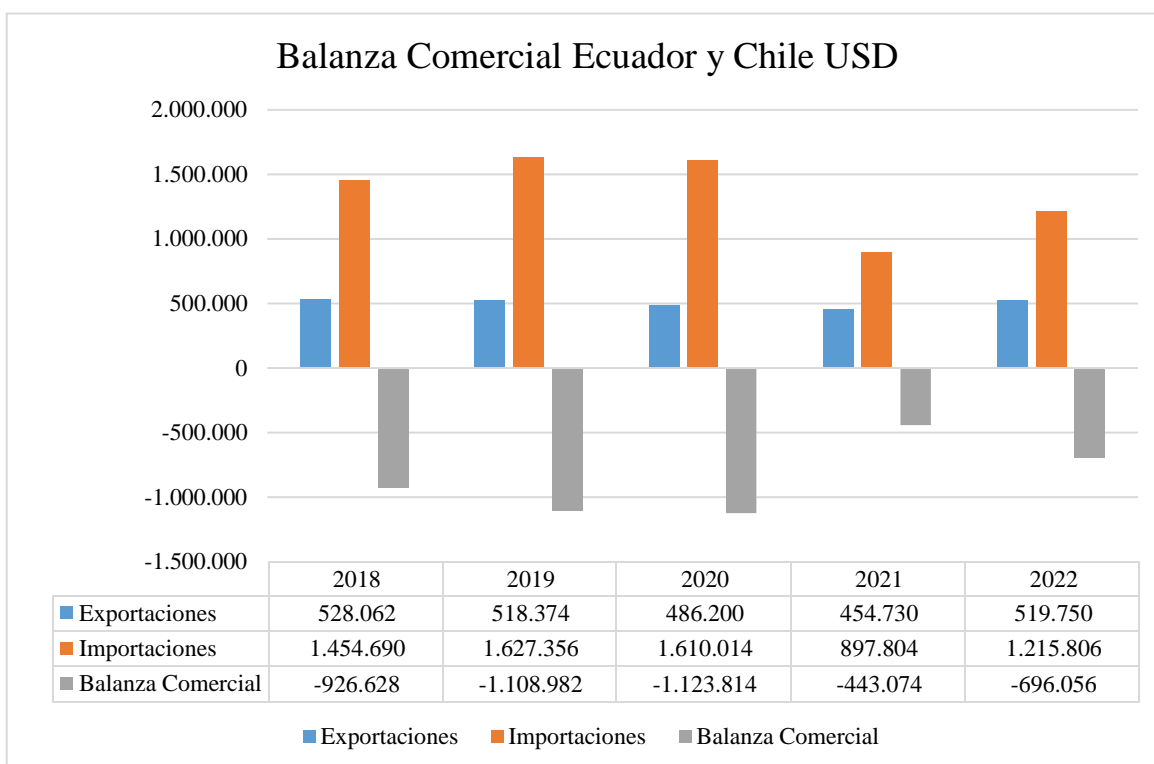



Figura 8. Balanza comercial entre Ecuador y Chile



Fuente: Datasur, 2023

Chile y Ecuador presentan una balanza comercial negativa desde el 2018 con -926.628 en valores FOB hasta 2022 con -696.056 , En este caso, las importaciones son mayores a las exportaciones que tiene un país en un tiempo determinado. Cuando existe este tipo de situaciones dentro del país por lo general se compensa el déficit existente y es financiado.

3.7.1.2. Acuerdos comerciales

Tabla 11. Acuerdos comerciales

Países	Acuerdo Comercial O Régimen Preferencial
Estados Unidos 	Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos de América

 Emiratos Árabes Unidos	Acuerdo para evitar doble tributación y evasión fiscal
 Chile	Libre Comercio Ecuador y Chile

Acuerdos comerciales que mantiene Ecuador con los tres países de estudio.

Los acuerdos comerciales vigentes entre los tres principales países de estudio son importantes debido a que a través de ellos las transacciones comerciales son ventajosas, porque se puede reducir aranceles, generalmente a través de un acuerdo comercial se logra cubrir del 70% de lo que se comercializa a nivel mundial de esta manera impulsando al crecimiento económico y fomentando el comercio.

3.7.1.3. Barreras arancelarias y no arancelarias

Tabla 12. Barreras Arancelarias

País	TRIBUTOS		
	Ad-valorem	Liberación	Impuestos
ESTADOS UNIDOS	Según la clasificación arancelaria	Varía de acuerdo con el producto y la preferencia arancelaria	La tasa de impuestos en los estados y locales sobre las ventas varían de 4% a 11%
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	Según la clasificación arancelaria	Varía de acuerdo con el producto y la preferencia arancelaria	VAT del 5%
CHILE	Según la clasificación arancelaria	Varía de acuerdo con el producto y la preferencia arancelaria	IVA 19%

Barreras Arancelarias existentes, ad-valores, liberación e impuestos.

3.7.2. Indicadores económicos

3.7.2.1. PIB

Tabla 13. PIB

INDICADORES	PIB (USD)					Tasa de crecimiento 2018-2022
	2018	2019	2020	2021	2022	

Estados Unidos	20,61	21,43	20,94	21,32333333	21,48833333	0,15%
(Billones usd)						
Emiratos Árabes Unidos (Miles de millones usd)	427,00	418,00	349,50	415,00	376,25	-1,94%
Chile (mil millones)	297,57	279,39	252,94	232,00	209,6883333	-2,00%

Fuente: Banco Mundial, 2023. Indicadores del producto interno bruto desde el año 2018 al 2022 de Estados Unidos, Emiratos Árabes y Chile.

El Producto Interno Bruto de los 3 principales países de estudio son dados para Estados Unidos en Billones de Usd con un crecimiento del 2018 a 2022 de 0,15%, Emiratos Árabes en miles de millones con en -1,94% y finalmente Chile que durante los años de estudio ha existido un decrecimiento en su PIB de -2% cabe recalcar que este indicador es calculado para finalizar el año del total de bienes y servicios producidos.

3.7.2.2. PIB per cápita

Tabla 14. PIB per cápita

INDICADORES	PIB per cápita (USD)					
	2018	2019	2020	2021	2022	Tasa de crecimiento 2018-2022
Estados Unidos	63.064	65.280	63.207	65.791	72.766	2,04%
Emiratos Árabes	46.722	45.376	37.629	44.316	39.769	-2,14%
Chile	15.888	14.741	13.231	13.102	14.681	2,30%

Fuente: Banco Mundial, 2023. Indicadores del PIB per-cápita desde el año 2018 al 2022 de Estados Unidos, Emiratos Árabes y Chile.

El PIB per cápita de los principales países estudiados es el promedio reflejado por cada persona en relación con el Producto Bruto. Estos datos se obtienen calculando el PIB total por la cantidad de los habitantes de la economía por lo que Estados Unidos en los años de estudio reflejo un crecimiento del 2,04% con respecto a 2022, Emiratos Árabes con un decrecimiento del -2.14% y Chile presenta un crecimiento de un 2.30% con respecto al último año.

3.7.2.3. Tasa de inflación

Tabla 15. Tasa de inflación

INDICADORES	Tasa de inflación (%)					
	2018	2019	2020	2021	2022	Tasa de crecimiento 2018-2022
Estados Unidos	2,4	1,8	1,2	1,1	1,7	-6,66%




Emiratos Árabes	4,2	0,5	2,1	2,1	1,1	-24,21%
Chile	2,4	1,9	8,4	7,0	12,8	39,77%

Fuente: Banco mundial, 2023. Representación inflacionaria de -6,66%, -24,21% y 39,77% respectivamente.

La tasa de inflación se observa en la economía de los tres países, por lo que está relacionado con el aumento de los precios en este sentido se presenta la tasa de crecimiento del 2017 al 2021 en el cual Estados Unidos tiene un decrecimiento de -6,66% y Emiratos Árabes y Chile con un crecimiento del -24,21% y 39,77% respectivamente.

3.7.3. Indicadores sociales




Tabla 16. Distribución de la edad

DISTRIBUCIÓN POR EDAD	Estados Unidos 	Emiratos Árabes 	Chile 
0 hasta 14 Años	18,39%	14,39%	18,91%
15 hasta 24 Años	13,16%	7,64%	13,60%
25 hasta 54 Años	39,12%	70,45%	42,82%
55 hasta 64 Años	12,77%	6,05%	12,66%
65 años y más	16,65%	1,47%	12,01%
Población masculina	49,53%	69,53%	50,20%
Población femenina	50,47%	30,47%	49,80%
Población Económicamente Activa PEA	165.530.225	2.840.637,6	8.500.659
Tasa de desempleo	3,90%	3,7%	7,30%
Lenguaje	Inglés	Árabe	Español
Religión	Cristianismo	Islam	Católica

Fuente: Datos macro, 2023. Edad de la población de Estados Unidos, Emiratos Árabes y Chile.

Dentro del estudio de mercado es importante conocer las edades y la distribución de jóvenes, adultos y ancianos respectivamente, porque de esta manera se conocerá el alcance que tendrá en la comercialización de aguacate. Los jóvenes son menores de 15 años, los adultos 15 y 64 años, y los ancianos más de 65 años.

Tabla 17. Población total

POBLACIÓN TOTAL	Estados Unidos 	Emiratos Árabes 	Chile 
2018	327.023.000	9.140.000	18.751.000
2019	328.547.000	9.212.000	19.107.000
2020	331.234.000	9.287.000	19.458.000
2021	332.183.000	9.365.000	19.212.362

2022	338. 006. 832	9.438.500	19.688.002
------	---------------	-----------	------------

Fuente: Banco Mundial, 2023. Se considera el número total de población de los tres países de estudio para el análisis de su crecimiento.

La población en los 3 países es necesario considerar porque así se conoce el crecimiento durante los últimos 5 años por lo que Estados Unidos tiene mayor crecimiento con una población de millones de habitantes que supera a Emiratos Árabes y Chile, de igual forma existen empresas a nivel internacional y multinacional que tienen reconocimiento y el producto sería distribuido satisfactoriamente aplicando estrategias que ayuden a su reconocimiento.

Tabla 18. Perfil del Consumidor estadounidense

ESTADOS UNIDOS					
Perfil de consumidor	2018	2019	2020	2021	2022
Paridad del poder adquisitivo	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Gastos de consumo de los hogares	13.535.240	13.535.240	13.023.386	12.852.768	14.182.413
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	2,90%	2,20%	-3,80%	-6%	8,3
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	40.525	41.225	39.527	39.428	42.732
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1049,98	1099,79	1111,81	1112,31	1256,7

Fuente: Santandertrade, 2023. Indicadores para determinar el perfil del consumidos estadounidense.

Dentro de los indicadores sociales conocer el perfil del consumidor junto a los ingresos y gastos que presentan anualmente es importante debido a que a través de ello se verifica el poder adquisitivo que tienen los habitantes estadounidenses a la vez al consumir aguacate hass podrán mejorar su alimentación porque es un producto que posee varios nutrientes para el ser humano, por otra parte el SMI esta entre los 1000 dólares lo que quiere decir que presentan ingresos que ayudan a cubrir los gastos y por ende se contempla la adquisición de este producto.

Tabla 19. Perfil del consumidor de Emiratos Árabes

Emiratos Árabes	
-----------------	--

Perfil de consumidor	2018	2019	2020	2021	2022
Paridad del poder adquisitivo	222	323	345,5	452,6	504
Gastos de consumo de los hogares	1294,3	1446,3	1598,91	1751,25	1903,58
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	4,52%	11,77%	19,02%	26,27%	34%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	15.531	17.359	19.187	21.015	22.843
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	No hay una ley de salario mínimo, puede variar según el puesto de trabajo, es decir que se valora los conocimientos.				

Fuente: Santandertrade, 2023. Estudio de indicadores para determinar el perfil del consumidor de Emiratos Árabes.

Emiratos Árabes representa una excelente oportunidad para llegar hacia este mercado, es importante conocer las tendencias que presenta y el nivel de ingreso, en este sentido en comparación con Estados Unidos tienen un SMI mayor a él, por lo que el comercializar dentro del mismo generaría beneficios, para el año 2022 se tiene un Salario Mínimo interprofesional de 2500 USD puede variar debido a que no existe una ley de salario mínimo y por lo que valoran su potencial, además para el consumidor conocer el aguacate hass incrementaría sus ventas.

Tabla 20. Perfil del consumir de Chile

CHILE					
Perfil de consumidor	2018	2019	2020	2021	2022
Paridad del poder adquisitivo	430	411,77	441,67	456,57	460,84
Gastos de consumo de los hogares	183,33	171,55	167,530	154.177	185.551
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	3,8%	2,4%	0.7	-8.0	20,3%

Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	9.111	9.094	8.799	7.988	9.519
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	381,87	376,55	382,27	384,97	400,94

Fuente: Santandertrade, 2023. Estudio de indicadores para determinar el perfil del consumidor de Chile.

En relación con Estados Unidos y Países Bajos, Chile es un país que presenta dentro de sus gastos para consumo un nivel inferior al de los países de estudio, por lo que existe pocas posibilidades de que el nivel de ventas pueda mejorar, porque también exporta el producto, y el nivel de ingresos del SMI es varía entre 370 y 400 respectivamente, siendo esta una desventaja para su comercialización.

Tabla 21. Distribución de la actividad económica

EMPLEO POR SECTOR			
Distribución de la actividad económica	Agricultura	Industria	Servicios
ESTADOS UNIDOS	1%	20%	79%
EMIRATOS ÁRABES	0,9%	51,5%	47,6%
CHILE	9%	22%	69%

Empleo por sectores para determinar la actividad económica de cada país.

En la repartición de las diferentes actividades económicas se contemplan 3, actividades agrícolas, por servicios y la industria, dentro de Estados Unidos, Emiratos Árabes y Chile resalta más la de servicios, y en Chile a diferencia de los otros presenta un 9% en agricultura y en la Industria un 22% a diferencia de los demás países y Emiratos Árabes sobresale en la parte de Industria con el 51,5%.



Figura 9. Ubicación geográfica

En la ubicación geográfica Estados Unidos y Chile se encuentran en América y Emiratos Árabes tiene mayor distancia al ubicarse en Europa, esto es una desventaja para su comercialización considerando la durabilidad con relación a los demás países que al exportar el aguacate su nivel de resistencia seria mayor.

Tabla 22. Trafico e infraestructura

Trafico e infraestructura	
	Red de carreteras: 6.586.610 km
	Red ferroviaria: 293.564 km
ESTADOS UNIDOS	Vías navegables: 41.009 km
	Puertos comerciales: 3.627
	Aeropuertos: 13.513
	Red de carreteras: 20.000km
	Red ferroviaria: 264 km
EMIRATOS ÁRABES	Vías navegables: 98.648 km
	Puertos comerciales: 8
	Aeropuertos: 9
	Red de carreteras: 77.801 km
	Red ferroviaria: 7.282 km
CHILE	Puertos comerciales: 231
	Aeropuertos: 481

Fuente: Datos mundial, 2023. Infraestructura de vías de transporte.

3.7.4. Matriz de Factores Ponderados por Puntos

Tabla 23. Matriz de Factores Ponderados por Puntos

EVALUACIÓN DE FACTORES PONDERADOS POR PUNTOS								
PARTIDA	8044000							
ARANCELARIA								
NOMBRE DEL PRODUCTO	Aguacate							
			EEUU		EMIRATOS ÁRABES UNIDOS		CHILE	
INDICADORES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN CUALITATIVA	EVALUACIÓN	PUNTAJE	EVALUACIÓN	PUNTAJE	EVALUACIÓN	PUNTAJE
FACTORES ECONÓMICOS	25%							
PIB	8%	+	3	0,24	2	0,16	2	0,16
PIB PERCAPITA	7%	+	3	0,21	2	0,14	1	0,07
INFLACIÓN	6%	-	-1	-0,06	-1	-0,06	-2	-0,12
TASA DE INTERES	4%	-	1	0,04	-1	-0,04	-1	-0,04
FACTORES SOCIALES	25%							
PEA	8%	+	2	0,16	2	0,16	1	0,08
POBLACIÓN MASCULINA	7%	+	2	0,14	3	0,21	2	0,14
POBLACIÓN FEMENINA	6%	+	3	0,18	2	0,12	1	0,06
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN	4%	-	1	0,04	2	0,08	2	0,08
FACTORES POLÍTICOS	15%							
BALANZA COMERCIAL	8%	+	1	0,08	2	0,16	1	0,08
MONEDA	7%	-	1	0,07	-1	-0,07	-1	-0,07
FACTORES LEGALES	15%							
ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES	7%	+	2	0,14	-1	-0,07	2	0,14
BARRERAS ARANCELARIAS	5%	-	-1	-0,05	1	0,05	2	0,1
BARRERAS NO ARANCELARIAS	3%	+	1	0,03	2	0,06	1	0,03

FACTORES CULTURALES	10%							
LENGUAJE	4%	+	3	0,12	1	0,04	3	0,12
RELIGIÒN	6%	-	2	0,12	-2	-0,12	1	0,06
FACTORES GEOGRÀFICOS	10%							
INDICE DE LOGÌSTICA	6%	+	2	0,12	2	0,12	2	0,12
PUERTOS/Y AEREOPUERTOS /DISTANCIA	4%	+	2	0,08	1	0,04	2	0,08
TOTAL	100%			1,66		0,98		1,09

Evaluación de factores ponderados para la captación del país de destino.

3.7.4.1. Resumen Matriz de factores Ponderados por Puntos

Tabla 24. Resumen MFPP

RESUMEN		Estados Unidos		Emiratos Árabes		Chile	
FACTORES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	PUNTAJE	EVALUACIÓN	PUNTAJE	EVALUACIÓN	PUNTAJE
1 FACTORES ECONÒMICOS	25%	6	0,43	2	0,2	0	0
2 FACTORES SOCIALES	25%	8	0,52	9	0,57	6	0,36
3 FACTORES POLÌTICOS	15%	2	0,15	1	0,09	0	-0,1
4 FACTORES LEGALES	15%	2	0,12	2	0,04	5	0,27
6 FACTORES CULTURALES	10%	5	0,24	-1	-0,08	4	0,18
7 FACTORES GEOGRÀFICOS	10%	4	0,2	3	0,16	4	0,2
TOTAL	100%		1,66		0,98		0,91

Resultados de la evaluación de factores ponderados.

Al realizar la Matriz de factores ponderados por puntos se otorga una calificación en donde 1 corresponde a bajo, 2 medio y 3 alto considerando los indicadores a medir para cada uno de los países de igual forma ubicándole como evaluadores cualitativos, se obtiene un resultado favorable para la comercialización de aguacate de variedad Hass, siendo uno de los principales destinos Estados Unidos, tomando en cuenta los diferentes tipos de indicadores como: Balanza comercial, acuerdos comerciales, barreras arancelarias y no arancelarias, PIB, PIB per cápita, población total, PEA, entre otros en la cual da como resultado de 1,66 para la comercialización dentro de este territorio, seguido de Emiratos Árabes y Chile con 0,98 y 0,91 respectivamente, además se consideró la ubicación geográfica que es fundamental al momento de realizar la distribución, el mercado estadounidense es uno de los principales socio comercial de Ecuador según el Banco Central, el 24% o más se destina hacia este mercado del total de las exportaciones y gracias a la autorización del APHIS se puede comercializar aguacate en este país, además, el mercado estadounidense es el principal importador a nivel mundial, y el segundo exportador, por ello, es la mayor economía, por otro lado, Estados Unidos sería una alternativa nueva de mercado, debido a que la empresa se encuentra exportando hacia los países Francia y España dándole reconocimiento en el mercado europeo.

3.8. SEGMENTO DE MERCADO

3.8.1. Realidad actual del Estados Unidos

Tabla 25. Realidad actual de Estados Unidos



INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Jefe de estado	Joe Biden
Forma de gobierno	República federal presidencialista
Capital	Washington D. C.

Sede de gobierno	Washington D. C.
Principales ciudades	New York, Los Ángeles, San Francisco, Miami
Crecimiento poblacional	0,4 % en el
Superficie territorial	9.834 millones km ²
Ubicación	América del Norte
Población total (2022)	338. 006. 832 habitantes
PIB Actual (2022)	24.182.81 €
PIB Per cápita actual (2022)	72.800 €
Riesgo país	180
Moneda	Dólar estadounidense
Índice de desarrollo humano (2022)	0,9269 (17.º) – Muy alto
Índice de innovación global (2022)	Ranking 6 índice 59,81
Índice de competitividad (2022)	83,67 puntos
Población económicamente activa (2022)	150 millones de personas.
Salario básico	1256,7\$MI.

Fuente: Datos macro, 2023. Realidad actual de Estados Unidos.

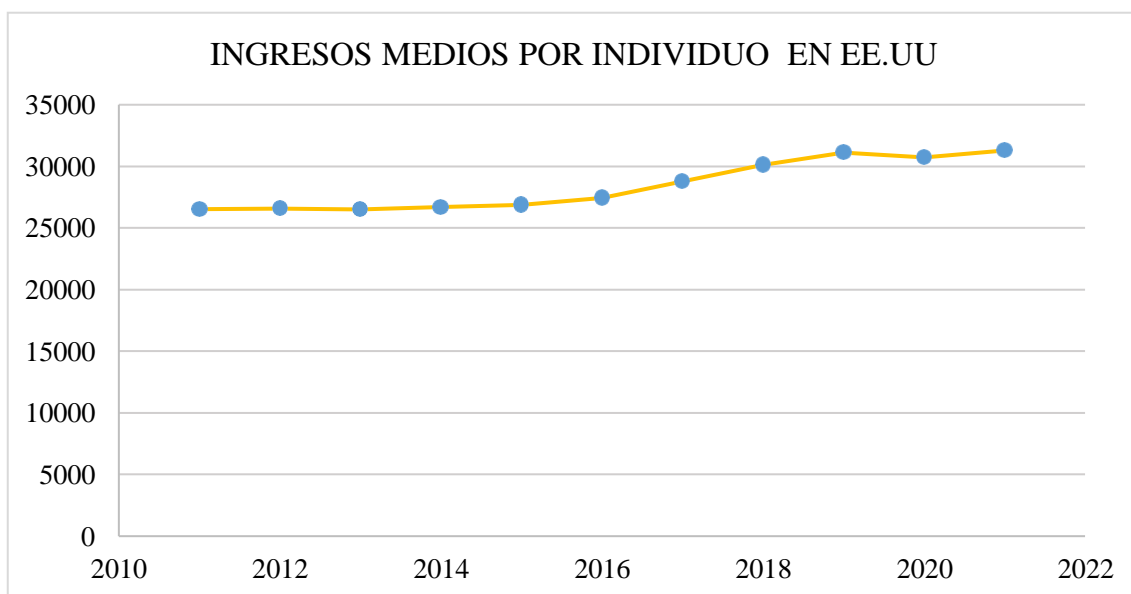


Figura 10. Ingresos medios por individuo en EE.UU
Fuente: Datos Mundial, 2023

3.8.2. Modelo de negociación aplicado en los Estados Unidos

Estados Unidos representa el 30,15% de las exportaciones de Ecuador, por lo que, en las alternativas de mercado al ser el principal destino para la comercialización de aguacate, es necesario considerar la idea de realizar negociaciones con los norteamericanos, por lo cual se debe tener en cuenta lo siguiente:

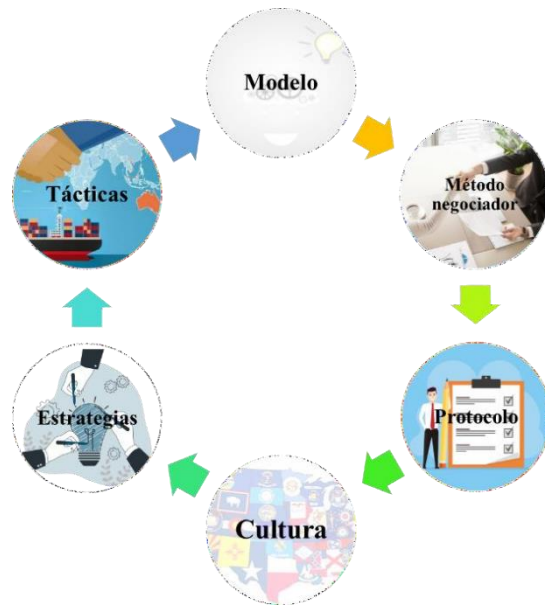


Figura 11. Métodos de negociación

- **Modelo:** En Estados Unidos el modelo de negociación se encuentra conformado por el protocolo, la cultura siendo fundamental, método negociador, estrategias y tácticas, de igual manera el costo-beneficio lo cual significa que todo el tiempo que se invierte al final tendrá frutos y se logrará lo esperado en este sentido la comercialización de aguacate en el mercado estadounidense.
- **Método negociador:** Para la negociación de aguacate Hass Camarena, 2023 recomiendan el método competitivo porque se utiliza muy a menudo, aquí debe participar la persona que posee mayor experiencia en la empresa MiraFruits CIA. LTDA. y el Gerente porque él será quien tome la decisión final.
- **Protocolo:** pues bien, el protocolo en las negociaciones con los estadounidenses recoge cada pauta de conducta con el fin de que no se generen conflictos, por otra parte, se aprecia una vestimenta formal, vestidos de sastre que poseen delicadeza, resalta la imagen.
- **Cultura:** en las negociaciones la cultura juega un papel esencial, es por ello por lo que los estadounidenses respetan en este sentido los rasgos culturales, de igual forma los ecuatorianos suelen acogerse a las disposiciones de los negociadores.

- Estrategias: El mundo globalizado ha abierto las posibilidades de expansión a diferentes empresas sin importar el tamaño. Es que gracias a ello existe la oportunidad de establecer negociaciones, para eso Thiess, 2021 establece las siguientes estrategias para que la negociación sea exitosa:

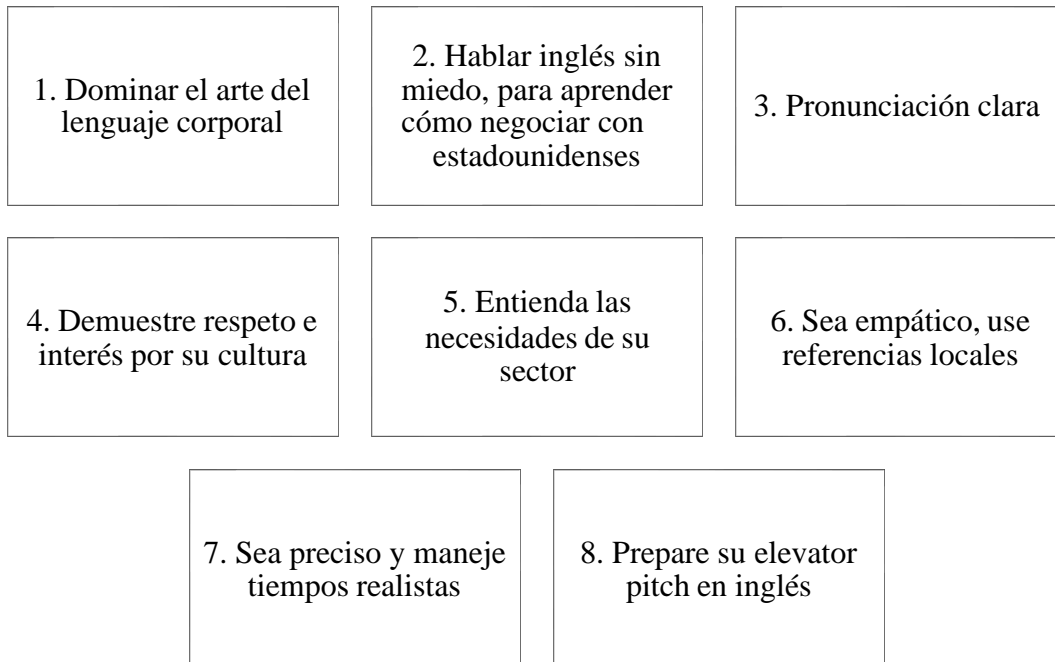


Figura 12. Estrategias de negociación
Fuente: Thiess, 2021

Tácticas: Hacer negocios en Estados Unidos donde las barras abundan, pero más allá de las formalidades jurídicas conviene establecer tácticas en el estilo de negociación conviene tener en cuenta las reglas no escritas de su estilo de negociación, normalmente siempre juegan una bola alta o baja (dependiendo de la situación), para tener un margen de maniobra.

3.8.3. Certificaciones internacionales

Para ingresar al mercado estadounidense con el aguacate Hass, es por ello por lo que, para el ingreso de productos vegetales, animales o que estén relacionados con la alimentación está sujeto a tener certificados que dejen constancia de su inocuidad.

Tabla 26. Certificaciones Internacionales.

HACCP	El sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) La base o punto de partida es la
-------	--



identificación de peligros potenciales para la inocuidad de los alimentos y los esfuerzos para controlar estos peligros.

GLOBAL G.A.P



Es un estándar global de buenas prácticas agrícolas (GAP) y está reconocido por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI), por lo que se aplica a diversos productos. Por tanto, abarca la globalidad de la producción agrícola en torno a la seguridad alimentaria, los alimentos, los impactos ambientales, etc., la salud, la seguridad y el bienestar de los trabajadores y los animales.

Fuente: UCI, 2023. Certificaciones internacionales que deben tener las empresas.

3.8.4. Entidades regulatorias

Los Estados Unidos con el fin de precautelar la seguridad alimentaria y sanitaria establece agentes de control tales como;

Tabla 27. Entidades Regulatorias de Control

Entidades regulatorias	Descripción
<p>FDA</p> 	<p>La Administración de Alimentos y Medicamentos Es responsable de precautelar la salud de sus habitantes y la cual certifica que los medicamentos, cosméticos, alimentos etc, estén seguros para el consumidor.</p>
<p>USDA</p> 	<p>Departamento de Agricultura de los Estados Unidos A través de la Oficina de Sanidad Vegetal y Cuarentena (PPQ). APHIS, Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales. Se encarga de inspeccionar, que las semillas, plantas, bulbos, madera, flores, vegetales, frutas y una multitud de otros productos agrícolas logren ser</p>

importados sanos y sin riesgo a la agricultura y a los recursos naturales

Fuente: Shaye, 2021. Entidades encargadas del control de a productos importados.

3.8.5. Elección del mercado objetivo

Tabla 28. Población por estado



ESTADOS DE EE. UU

	Estados	Densidad	Población	Var.	%
1	Alaska	0	731.158	-0,33%	0%
2	Alabama	36	4.921.532	0,28%	1%
3	Arkansas	22	3.030.522	0,32%	1%
4	Arizona	25	7.421.401	1,78%	2%
5	California	93	39.368.078	-0,18%	12%
6	Colorado	22	5.807.719	0,85%	2%
7	Connecticut	248	3.557.006	-0,25%	1%
8	Delaware	153	986.809	1,04%	0%
9	Florida	128	21.733.312	1,12%	7%
10	Georgia	70	10.710.017	0,77%	3%
11	Hawái	50	1.407.006	-0,61%	0%
12	Iowa	22	3.163.561	0,13%	1%
13	Idaho	8	1.826.913	2,12%	1%
14	Illinois	84	12.587.530	-0,63%	4%
15	Indiana	72	6.754.953	0,36%	2%
16	Kansas	14	2.913.805	0,04%	1%

17	Kentucky	43	4.477.251	0,11%	1%
18	Luisiana	34	4.645.318	-0,28%	1%
19	Massachusetts	252	6.893.574	-0,02%	2%
20	Maryland	188	6.055.802	0,01%	2%
21	Maine	15	1.350.141	0,32%	0%
22	Míchigan	40	9.966.555	-0,18%	3%
23	Minnesota	25	5.657.342	0,31%	2%
24	Misuri	34	6.151.548	0,18%	2%
25	Misisipi	24	2.966.786	-0,38%	1%
26	Montana	3	1.080.577	0,98%	0%
27	Carolina del Norte	76	10.600.823	0,95%	3%
28	Dakota del Norte	4	765.309	0,21%	0%
29	Nebraska	10	1.937.552	0,26%	1%
30	Nuevo Hampshire	56	1.366.275	0,40%	0%
31	Nueva Jersey	393	8.882.371	-0,10%	3%
32	Nuevo México	7	2.106.319	0,32%	1%
33	Nevada	11	3.138.259	1,54%	1%
34	Nueva York	137	19.336.776	-0,65%	6%
35	Ohio	101	11.693.217	-0,03%	4%
36	Oklahoma	22	3.980.783	0,51%	1%
37	Oregón	17	4.241.507	0,60%	1%
38	Pensilvania	107	12.783.254	-0,12%	4%

39	Rhode Island	264	1.057.125	-0,10%	0%
40	Carolina del Sur	63	5.218.040	1,17%	2%
41	Dakota del Sur	4	892.717	0,63%	0%
42	Tennessee	63	6.886.834	0,83%	2%
43	Texas	42	29.360.759	1,29%	9%
44	Utah	15	3.249.879	1,45%	1%
45	Virginia	78	8.590.563	0,40%	3%
46	Vermont	25	623.347	-0,11%	0%
47	Washington	42	7.693.612	1,05%	2%
48	Wisconsin	34	5.832.655	0,14%	2%
49	Virginia Occidental	28	1.784.787	-0,58%	1%
50	Wyoming	2	582.328	0,38%	0%

Fuente: Datosmacro, 2023. Análisis de la población actual de los diferentes estados de Estados Unidos.

Para identificar el mercado objetivo se debe establecer los principales estados de Estados Unidos, en los cuales se conoce la densidad, el tamaño de la población el porcentaje de variación, así como el porcentaje que abarca la población a nivel del territorio.

3.8.5.1. Realidad actual por Estado.

Tabla 29. Realidad actual por Estado

FACTORES	INDICADORES	ESTADO DE CALIFORNIA	ESTADO DE FLORIDA	ESTADO DE TEXAS
				
	Estatus social	Clase media y alta	Clase media y alta	Clase media y alta
Demográficos	Población	39.368.078	21.733.312	29.360.759
	Religión	Protestantes, católicos, sin religión, cristianos ortodoxos, otras religiones	Protestantes, católicos, otras religiones, sin religión	Protestantes, católicos, otras religiones, sin religión
	Superficie territorial	423 971 km ²	170 312 km ²	696 241 km ²
Geográficos	Clima	Mediterráneo, lluvioso, templado	Tropical y subtropical	Continental y subtropical
	Ubicación	Región oeste del país	Región meridional del país	Región Sur del país
Económicos	PIB Actual	USD 3.237.389 millones	USD 1.151.608 millones	USD 1.879.785 millones
	Moneda	Dólar	Dólar	Dólar
	Salario mínimo	1.256,7 dólares USA	1.256,7 dólares USA	1.256,7 dólares USA
Políticos	Jefe de Gobierno	Gavin Newsom	Ronald Dion DeSantis	Greg Abbott.

	Capital	Sacramento	Tallahassee	Austin
	Partido Político	Partido demócrata	Partido demócrata	Partido demócrata
	Idioma	Ingles	Ingles	Ingles
	Edad media	Edad media: 38	Edad media: 38	Edad media: 38
Sociales		Hombres: 20.066.417	Hombres: 8.974. 506	Hombres: 11.617.496
		Mujeres: 20.490.309	Mujeres: 9.164.088	Mujeres: 11.862.909
	Genero	Masculino, Femenino y no Binario	Lesbiana, gay, bisexual, transgénero y queer.	Lesbianas, gays, bisexuales, y transgénero
	Estilos de vida	El estilo de vida es laid back y tiene características muy particulares	El estilo de vida no es caro y tampoco económico, se mantiene en un equilibrio.	Costo de vida es bajo, ofrece el mejor estilo de vida
Psicográficos	Gustos y preferencias	Ley de privacidad del consumidor en california	Productos iberoamericanos	Servicios inalámbricos, alimentos frescos
	Cultura	la cultura californiana es mixta.	La cultura de Florida es un reflejo de múltiples influencias.	La cultura cowboy típica del estado.
Comportamiento		19,5 % compras por internet	10,77 % compras por internet	14,54 % compras por internet
	Hábitos de compra	9,51% por correo	5,25 % por correo	7,09% por correo
		13,56 por teléfono	7,48 por teléfono	10,11 por teléfono
		3,57% una sola compra	1,97% una sola compra	2,66% una sola compra

Fuente: Datosmacro, banco mundial, 2019. Determinación de factores situacionales de Florida, California y Texas.

3.8.5.2. Mercado objetivo

Tabla 30. Calificación ciudad destino

Factores	CALIFORNIA		FLORIDA		TEXAS	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Demográficos	1,33	0,67	1,67	0,33	1,33	0,67
Geográficos	1,33	0,6666667	1,33	0,33	1,33	0,67
Económicos	2,33	0,00	2,33	0,00	2,33	0,00
Políticos	0,33	1,00	0,33	0,67	0,67	0,67
Sociales	1,00	0,33	1,33	0,33	1,33	0,67
Psicográficos	0,33	0,67	1,00	0,33	0,67	0,67
Comportamiento	2,33	0,00	4,00	0,00	1,67	0,00
SUMA	5,33	2,33	5,67	1,33	5,67	2,00
PROMEDIO	1,33	0,58	1,42	0,33	1,42	0,50
Calificación	0,75		1,08		0,92	

Análisis del mercado objetivo para la comercialización de aguacate hass.

Para la elección del nicho de mercado, se tomó en cuenta 7 factores tales como: demográficos, geográficos, económicos, políticos, sociales, psicográficos y de comportamiento para lo cual se aplicó 3 puntos en donde 1 es bajo, 2 medio y 3 alto, en la tabla resumida se puede identificar que gracias a la investigación documental aplicada, el lugar más atractivo para incursionar con el producto es el Estado de Florida considerando el perfil del consumidor y acogiéndose al porcentaje de Latinos que existen en esta zona y el poder adquisitivo que presentan, es por ello que el lanzar un producto que va dirigido al mercado iberoamericano tendría buena acogida, cabe recalcar que el aguacate también lo puede consumir diferentes personas, de diferentes edades por el alto valor nutricional que presenta, no está dirigido a un grupo en específico, pero si se quiere ampliar el mercado a través de los latinos.

3.8.5.3. Determinación del mercado objetivo utilizando la aplicación de Google Trends

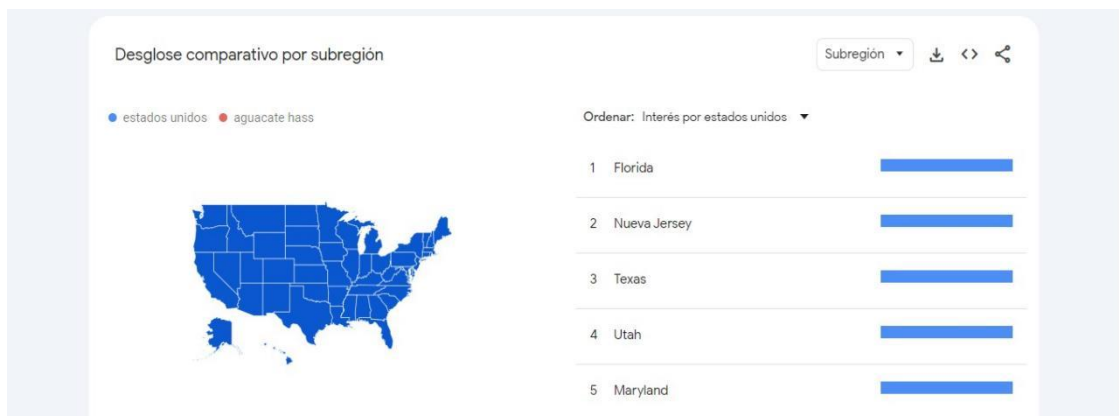
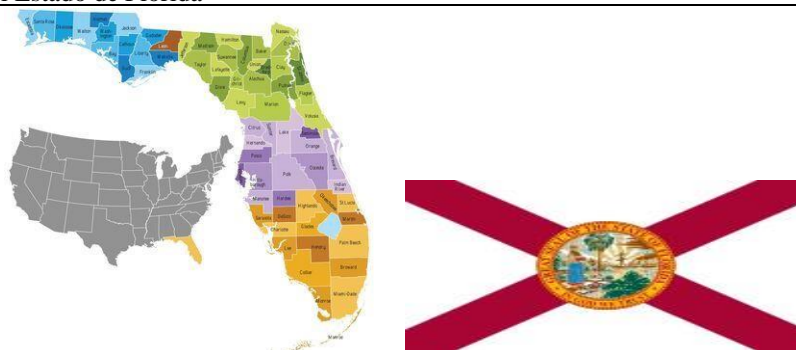


Figura 13 Mercado objetivo en Estados Unidos

Mediante la utilización de Google Trends se determina que, dentro de Estados Unidos, el estado de Florida se puntúa como el mayor consumidor de aguacate hass, permitiendo corroborar información existente en un lapso de 5 años, determinando la viabilidad de la investigación.

3.8.6. Perfil del Estado de Florida

Tabla 31. Perfil del Estado de Florida



Nombre oficial	Estado de Florida
Capital	Tallahassee
PIB	USD 1 151 608 millones
PIB per-cápita	USD 53 440
Habitantes	21.538.187 habitantes
Idioma	Inglés, español y haitiano
Gobernadora	Ron DeSantis (R)
Subdivisiones	67 condados
Superficie	170 312 km ²

Fuente: Datosmacro, 2023. Estudio del perfil del estado de Florida

3.8.7. Demanda insatisfecha

3.8.7.1. Importaciones y proyecciones de aguacate Hass

Tabla 32. Importaciones en TM de aguacate Hass EE.UU

IMPORTACIONES TM	
AÑO	Cantidad
2018	1.038.086
2019	1.105.191
2020	1.116.499
2021	1.213.412

2022	1.252.618
------	-----------

Fuente: Datasur, 2023. Importaciones en toneladas de aguacate hass de Estados Unidos.

Tabla 33. Importaciones en TM de aguacate Hass

IMPORTACIONES TM				
Año	Año (X)	Importaciones (Y)	XY	X2
2018	1	1.038.086,00	1038086	1
2019	2	1.105.191,00	2210382	4
2020	3	1.116.499,00	3349497	9
2021	4	1.213.412,00	4853648	16
2022	5	1.252.618,50	6263092,5	25
Total	15	5.725.807	17.714.706	55

Fuente: Datasur, 2023. Proyecciones tomando en cuenta los últimos cinco años.

En la tabla se verifica las importaciones transformadas a TM para realizar el cálculo correspondiente del ajuste lineal para conocer las proyecciones que tendrá a futuro la comercialización de aguacate Hass dentro del mercado americano, en lo que el total de las importaciones de 5 años es de 5.373.386

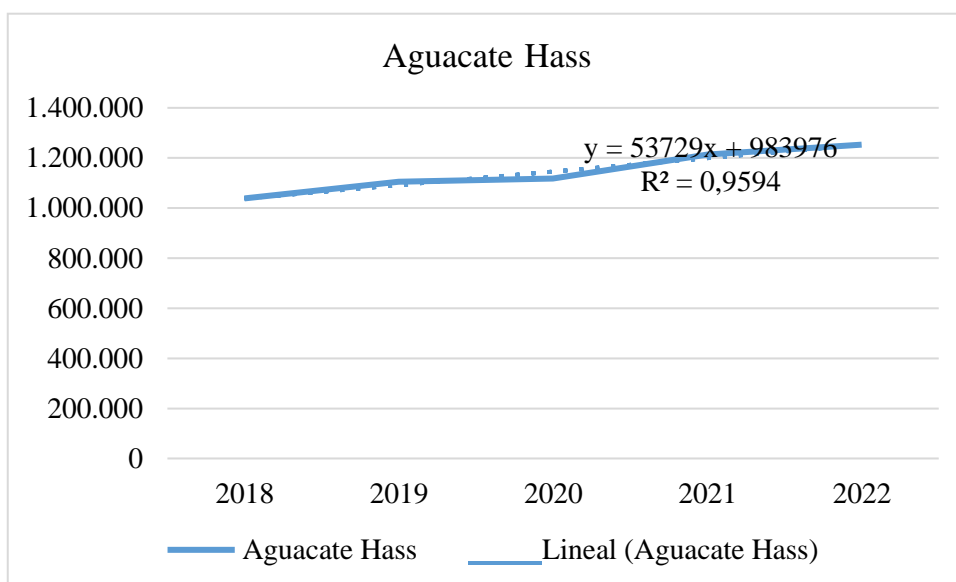


Figura 14. Importaciones de aguacate en TM

La grafica sobre la aplicación de las importaciones, evidencia la formula $y = a + bx$ que corresponde al ajuste lineal, y $R^2 = 0,95 \approx 90\%$ “factible” lo que es favorable, si R^2 es menor

que 0,5 quiere decir que el coeficiente es débil, en este caso la curva se encuentra en crecimiento lo que el coeficiente tendrá resultados positivos.

Proyecciones

Tabla 34. Proyecciones de las importaciones de aguacate Hass

Años	Periodo	Importaciones	Promedio
2023	6	1.306.347	-
2024	7	1.360.076	4,11%
2025	8	1.413.804	3,95%
2026	9	1.467.533	3,80%
2027	10	1.521.262	3,66%

Proyecciones de importaciones de aguacate hass hasta el año 2027.

En la gráfica se evidencia las proyecciones para los años siguientes de las importaciones de Estados Unidos de aguacate Hass, para lo cual al año 2027 se tiene un valor de 1.521.262 y se encuentra en un promedio de 3,66%

3.8.7.2. Exportaciones y proyecciones de aguacate Hass

Tabla 35. Exportaciones de Aguacate Hass en TM

EXPORTACIONES TM	
AÑO	VALOR
2018	23.030,3
2019	24.590,1
2020	33.029,1
2021	25.739,2
2022	43.123,4

Fuente: Datasur, 2023. Exportaciones de aguacate hass en toneladas.

Tabla 36. Exportaciones de Aguacate Hass en TM

EXPORTACIONES TM				
Año	Año (X)	Exportaciones (Y)	XY	X2
2018	1	23.030,3	23.030,30	1
2019	2	24.590,1	49.180,22	4
2020	3	33.029,1	99.087,33	9

2021	4	25.739,2	102.956,80	16
2022	5	43.123,4	215.617,05	25
Total	15	149.512	489.872	55

Exportaciones de aguacate hass hasta el 2022.

En la tabla se presentan las principales exportaciones de aguacate Hass de Estados Unidos, por lo que en el año 2022 existe un crecimiento en la comercialización de este producto a nivel internacional, los valores dados en TM.

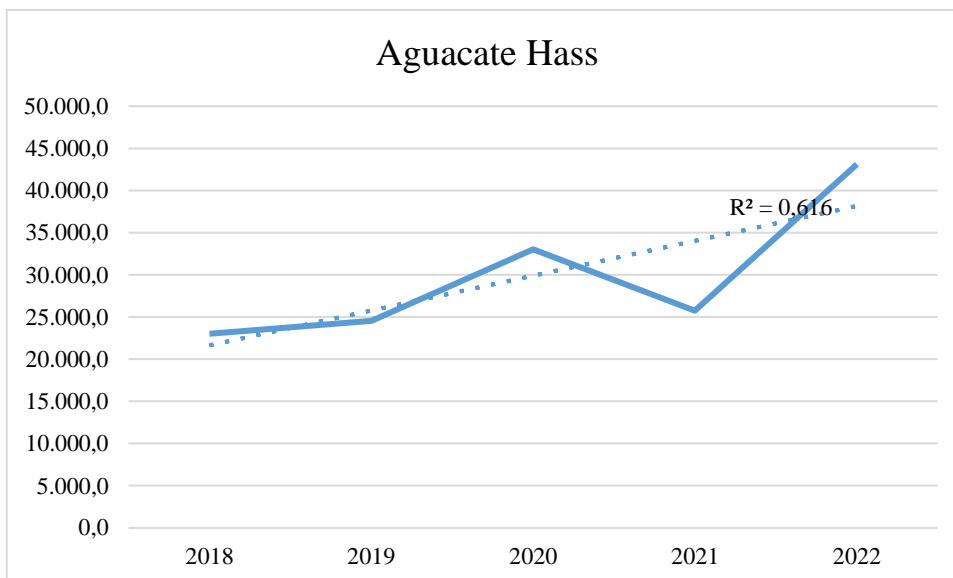


Figura 15. Exportaciones de aguacate Hass

Proyecciones

Tabla 37. Proyecciones exportaciones de aguacate Hass

Año	Periodo	Exportaciones	Promedio
2023	6	42.303	-
2024	7	46.437	9,77%
2025	8	50.570	8,90%
2026	9	54.704	8,17%
2027	10	58.837	7,56%

Datos para el cálculo de proyecciones hasta el año 2027.

El cálculo para conocer las ventas los siguientes años se ejecuta a través del ajuste lineal, en el que los resultados obtenidos revelan que existen proyecciones son fuertes y factibles, además se remplazan los siguientes datos: $y = a + bx$ en donde x se refiere a los periodos a proyectar.

3.8.7.3. Producción y proyecciones de aguacate Hass

Tabla 38. Producción de aguacate en Estados Unidos

Producción nacional	
AÑO	TM
2018	118,00
2019	115,32
2020	125,23
2021	130,39
2022	136,20

Fuente: FDA. Productos nacional en Estados unidos representada en toneladas.

Tabla 39. Producción nacional en TM de aguacate Hass

Producción Nacional TM				
Año	Año (X)	Exportaciones (Y)	XY	X2
2018	1	118,00	118	1
2019	2	115,32	230,648	4
2020	3	125,23	375,693	9
2021	4	130,39	521,572	16
2022	5	136,20	680,975	25
Total	15	625	1.927	55

Según la FDA:

La producción de aguacate en los Estados Unidos es de aproximadamente 100 a 137 toneladas, california produce la mayoría de los aguacates cultivados en EE.UU y gracias a esto se cubre un 10% de la demanda nacional, desde el 2018 al 2022 existe un total de 651 toneladas producidas.

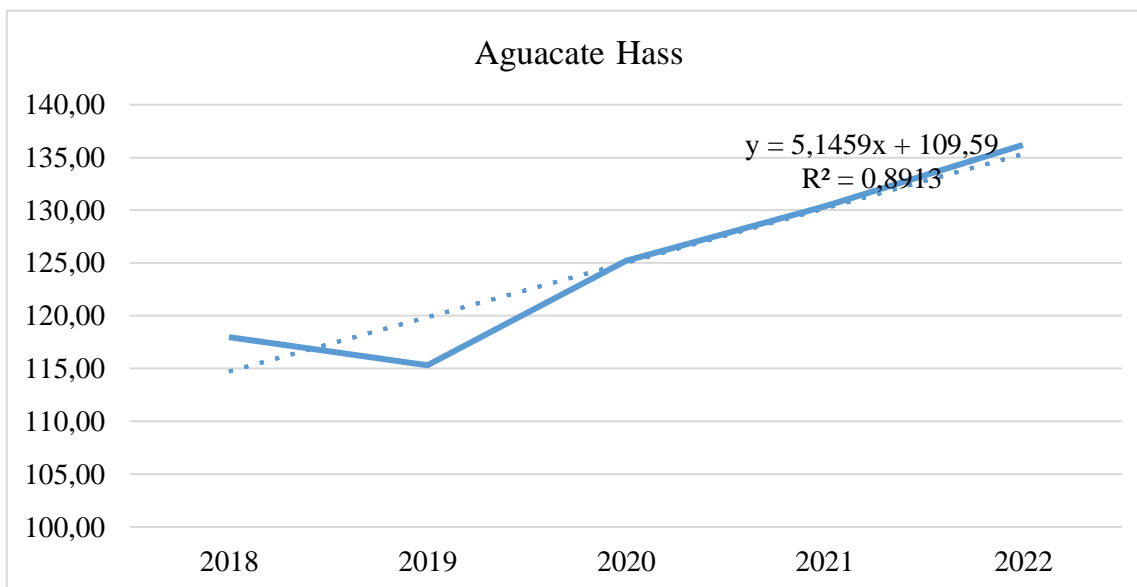


Figura 16. Producción nacional de aguacate Hass

Proyecciones

Tabla 40. Proyecciones de la producción nacional de aguacate

Año	Periodo	Producción	Promedio
2023	6	140,47	-
2024	7	145,61	3,66%
2025	8	150,76	3,53%
2026	9	155,90	3,41%
2027	10	161,05	3,30%

Proyecciones hasta el año 2027 de la producción nacional de aguacate hass.

Para los siguientes 5 años se prevé un crecimiento en la producción nacional de aguacate, pese a esto Estados Unidos solo cubre el 10% de su demanda, mantiene un promedio de crecimiento entre 3% y 4% respectivamente, para el 2027 existirá 161 toneladas en producción nacional, estos datos obtenidos a través de un análisis documental y la aplicación de la formula del ajuste lineal.

3.8.7.4. Importaciones y proyecciones de aguacate Hass ciudad destino

Tabla 41. Importaciones de aguacate Hass en Florida

Años	ESTADOS UNIDOS		FLORIDA	
	Población	Importaciones	Población	Importaciones
2018	325.122.128	900.198	20.280.000	56.151,25

2019	326.838.199	1.038.086	20.600.000	65.428,62
2020	328.329.953	1.105.191	20.920.000	70.418,78
2021	331.501.080	1.116.499	21.240.000	71.536,54
2022	333.104.993	1.213.412	21.733.312	79.168,62

Fuente: Datasur, 2023. Importaciones existentes del estado de Florida hasta el año 2022.

Para conocer las importaciones del Estado de Florida se toma como referencia el total de las importaciones de Estados Unidos con la población con el fin de dividir el porcentaje de demanda que cubre y conocer los datos para el mercado destino.

Tabla 42. Importaciones del Estado de Florida

IMPORTACIONES FLORIDA TM				
Año	Año (X)	Importaciones (Y)	XY	X2
2018	1	56.151,25	56.151,25	1
2019	2	65.428,62	130.857,23	4
2020	3	70.418,78	211.256,35	9
2021	4	71.536,54	286.146,14	16
2022	5	79.168,62	395.843,08	25
Total	15	342.703,81	1.080.254,06	55

Valores en toneladas de las importaciones del estado de Florida.

En la tabla se presentan datos en TM sobre las importaciones del Estado de Florida desde el 2018 al 2022 presentando datos en crecimiento, de los cuales se aplican las fórmulas para obtener las sumatorias y realizar las proyecciones.

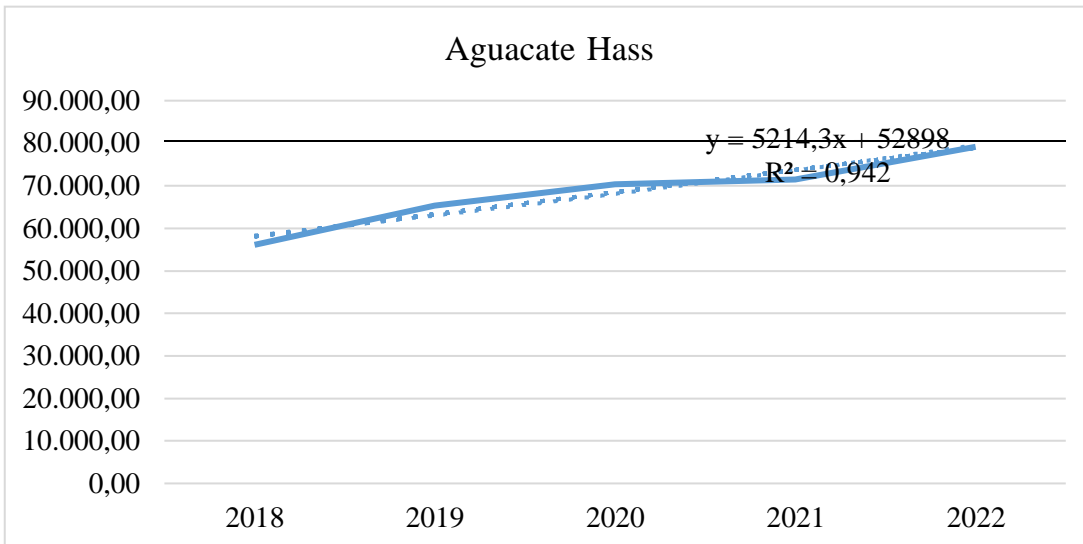


Figura 17. Importaciones de aguacate Hass de Florida

Para establecer las proyecciones se elaboró una gráfica utilizando datos del volumen que demandó el Estado de Florida en el periodo 2018-2022, posteriormente este proceso permite obtener datos para remplazar en formula, la cual es $y=a+bx$, a continuación, se presenta la ecuación con los valores remplazados, la información procesada revela que existe un crecimiento de 5% y 6% respectivamente.

Tabla 43. Proyecciones de aguacate Hass en Florida

Año	Periodo	Importaciones	Promedio
2023	6	84.184	-
2024	7	89.398	6,19%
2025	8	94.612	5,83%
2026	9	99.826	5,51%
2027	10	105.041	5,22%

Proyecciones con un crecimiento de 5% y 6% respectivamente.

3.8.7.5. Exportaciones y proyecciones de aguacate Hass al mercado americano

Tabla 44. Exportaciones de aguacate Hass del Estado de Florida

Años	Estados UNIDOS		FLORIDA	
	Población	Exportaciones	Población	Exportaciones
2018	325.122.128	50.926	20.280.000	3.176,59
2019	326.838.199	67.535	20.600.000	4.256,60
2020	328.329.953	58.347	20.920.000	3.717,66

2021	331.501.080	69.940	21.240.000	4.481,21
2022	333.104.993	72.541	21.733.312	4.732,91

Fuente: Datasur, 2023. Valores de exportaciones y proyecciones de aguacate Hass al mercado americano

Tabla 45. Exportaciones en TM de aguacate Hass desde Florida

EXPORTACIONES FLORIDA TM				
Año	Año (X)	Exportaciones (Y)	XY	X2
2018	1	1	3.177	3.176,59
2019	2	2	4.257	8.513,21
2020	3	3	3.718	11.152,98
2021	4	4	4.481	17.924,84
2022	5	5	4.733	23.664,55
Total	15	15	20.365	64.432,17

Fuente: Datasur, 2023. Valores de exportaciones en toneladas de aguacate Hass desde el estado de Florida.

La unidad de medida que se utiliza para el cálculo es en TM con el propósito de conocer la cobertura que tendrá el proyecto, de igual forma el análisis se realizó de acuerdo con los habitantes que existen en el país y en Florida para obtener datos estipulados sobre las exportaciones de este Estado, se considera necesario aplicar la formula del ajuste lineal ($y=a+bx$).

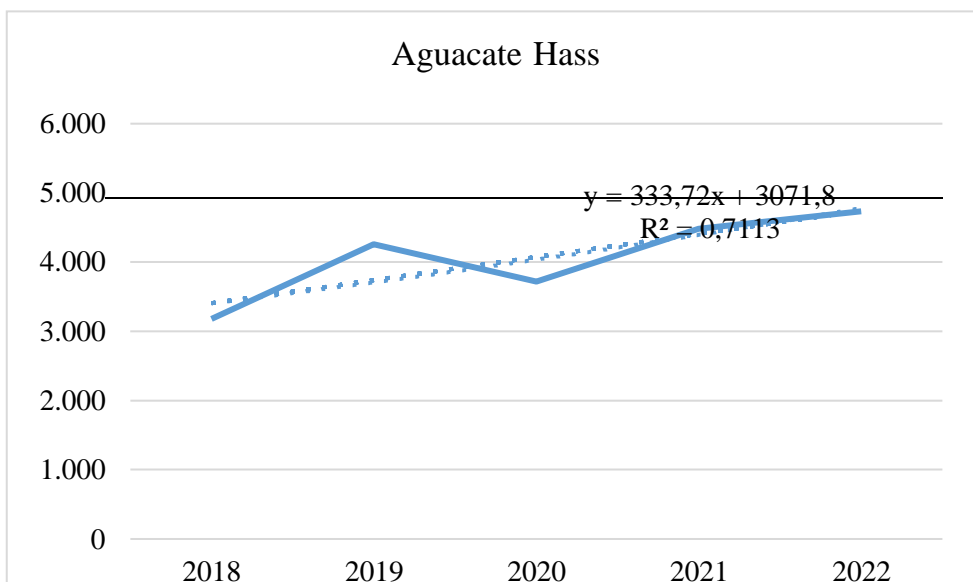


Figura 18. Exportaciones de aguacate Hass desde Florida

Los siguientes datos fueron remplazados para obtener las proyecciones de las exportaciones:

A= 1054.727

B= 285,333

X= número de periodo.

Tabla 46. Proyecciones de las exportaciones de aguacate Hass con destino a Florida

Año	Periodo	Exportaciones	Promedio
2023	6	5.074	-
2024	7	5.408	6,58%
2025	8	5.742	6,17%
2026	9	6.075	5,81%
2027	10	6.409	5,49%

Para los siguientes 5 años se prevé un promedio de las exportaciones que varía entre 69% y 70% respectivamente, el año 2027 un valor en TM de 6.409 un promedio de 22%.

3.8.7.6. Producción y proyecciones de aguacate Hass del Estado de Florida

Tabla 47. Producción nacional de aguacate del Estado de Florida

Años	ESTADOS UNIDOS		FLORIDA	
	Población	Producción	Población	Producción
2018	326.838.199	118	20.600.000	7,36
2019	328.329.953	115,324	20.920.000	7,27
2020	331.501.080	125,231	21.240.000	7,98
2021	333.104.993	130,393	21.733.312	8,35
2022	338.014.937	136,195	22.244.823	8,89

Fuente: FDA, 2023. Producción nacional del estado de Florida hasta el año 2022

Tabla 48. Producción de aguacate en TM en Florida

PRODUCCIÓN NACIONAL FLORIDA TM				
Año	Año (X)	Producción nacional (Y)	XY	X2
2018	1	7	7,36	1
2019	2	7,27	14,54	4
2020	3	7,98	23,94	9
2021	4	8,35	33,42	16
2022	5	8,89	44,43	25

Total	15	39,85	124	55
-------	----	-------	-----	----

Valores en toneladas de la producción de aguacate en el Estado de Florida.

La producción nacional de aguacate en el estado de Florida representa un porcentaje limitado para la demanda a cubrir por lo que al año se tiene un total de 39 TM a comercializar, del 2018 al 2022 es claro el crecimiento que ha tenido, por lo que paso de 6 TM a 8 TM respectivamente un crecimiento de 2 TM durante 4 años.

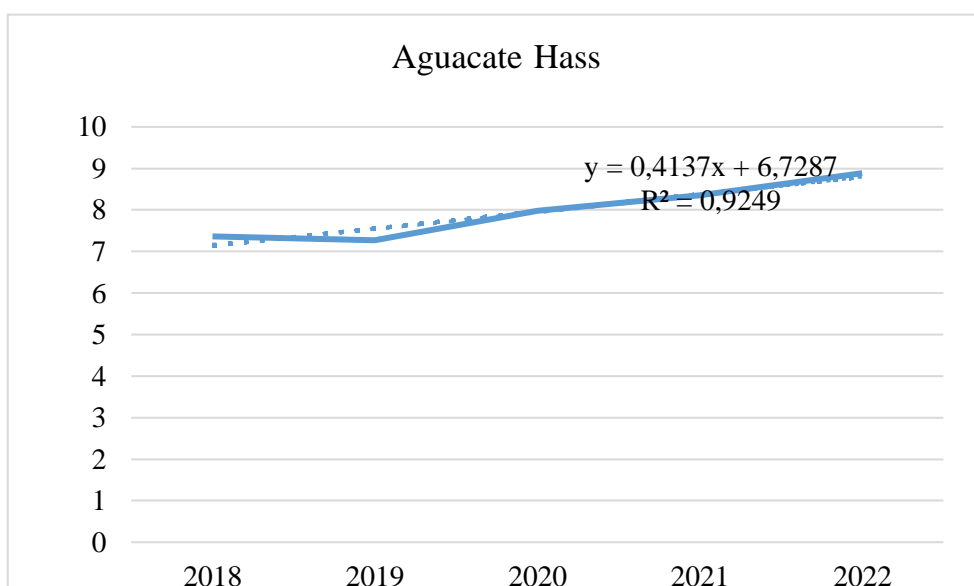


Figura 19. Producción de aguacate en Florida

Se realizó el método del ajuste lineal a través de la obtención de datos que reemplaza la ecuación $y=a+bx$ a través de la gráfica, por lo que al sustituir nos dio los siguientes resultados presentados a continuación;

Tabla 49. Proyecciones de la producción de aguacate en el Estado de Florida

Años	Periodo	Producción	Promedio
2023	6	9,21	-
2024	7	9,62	4,49%
2025	8	10,04	4,30%
2026	9	10,45	4,12%
2027	10	10,87	3,96%

Proyección hasta el año 2027 de la producción total de aguacate en Florida.

La aplicación de la fórmula es para 5 años con un promedio de las proyecciones de 3,96% y 4,12% respectivamente, evidenciando así un crecimiento para los años siguientes.

3.8.7.7. Producción de aguacate Hass de la empresa MiraFruits CIA. LTDA

Tabla 50. Producción de la empresa Mirafruits

PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA MIRAFRUITTS TM				
Año	Año (X)	Producción	XY	X2
2018	1	205,24	205,235	1
2019	2	185,62	371,242	4
2020	3	280,00	840	9
2021	4	246,69	986,74	16
2022	5	300,00	1500	25
Total	15	1217,541	3903,217	55

Fuente: Entrevista 001. Representación en toneladas de la producción de aguacate de la empresa Mirafruits en los años 2018-2022.

La producción de la empresa MiraFruits varía de acuerdo con la temporada de cosecha, por lo general está entre los 180 TM a 318,684 TM, los datos fueron proporcionados por el gerente general.

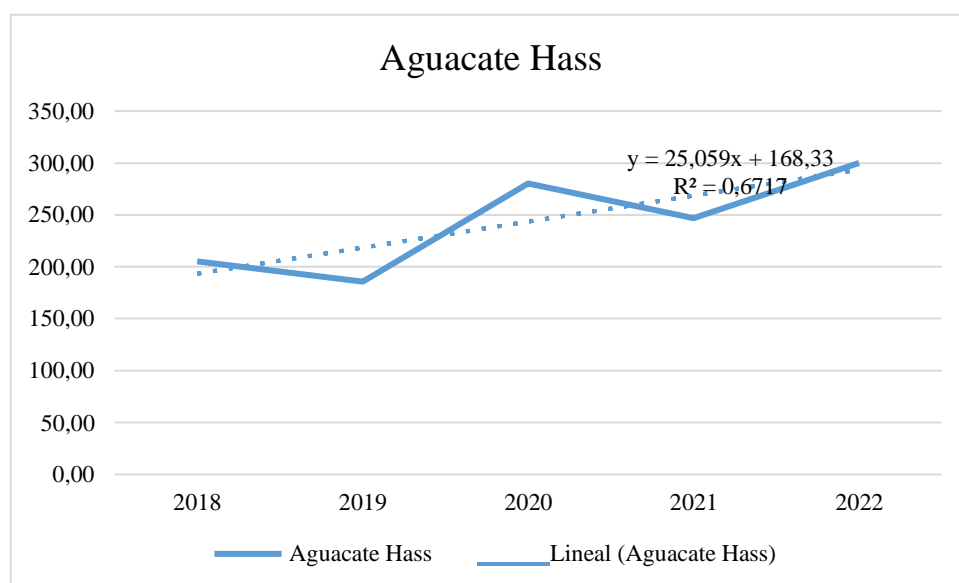


Figura 20. Producción de la empresa Mirafruits.

Para conocer la producción de la empresa para los siguientes años se realiza el cálculo del ajuste lineal a través de la gráfica en la cual se debe remplazar la siguiente formula por los datos obtenidos $y=a+bx$ dando como resultado lo siguiente:

$$A=180,360$$

$$B=28,613$$

X= el periodo o año a proyectar.

Posteriormente al remplazo de la formula, se obtuvieron los siguientes datos hacia el 2027, con un promedio de 6% y 9% respectivamente.

Tabla 51. Proyecciones de la producción de la empresa Mirafruits

Años	Periodo	Producción	Promedio
2023	6	318,68	-
2024	7	343,74	7,86%
2025	8	368,80	7,29%
2026	9	393,86	6,79%
2027	10	418,92	6,36%

Proyecciones hasta el año 2027 con un total de 6,36%.

3.8.7.8. Demanda por cubrir.

Tabla 52. Demanda por cubrir

AÑOS	PRODUCCION NACIONAL	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA	PEA	REAL TM	RECOMENDADO TM	DEFICIT TM	POBLACION ESTADOS UNIDOS	DEMANDA INSATISFECHA TM	OFERTA TM	% COBERTURA
2018	115,32	1.038.086	23.030,30	1.015.171,0	164.634.753	0,006	9,4	9,39	326.838.199	1.015.056	205	2,022%
2019	125,23	1.105.191	24.590,10	1.080.726,1	166.355.363	0,006	9,4	9,39	328.329.953	1.080.601	186	1,718%
2020	130,39	1.116.499	33.029,10	1.083.600,3	164.740.343	0,007	9,4	9,39	331.501.080	1.083.470	280	2,584%
2021	136,20	1.213.412	25.739,20	1.187.809,0	164.794.747	0,007	9,4	9,39	333.104.993	1.187.673	247	2,077%
2022	136,19	1.252.619	43.123,40	1.209.631,3	164.847.542	0,007	9,4	9,39	333.071.683	1.209.495	300	2,480%
2023	140,47	1.306.347	42.303,00	1.264.184,5	164.734.038	0,008	9,4	9,39	340.199.417	1.264.044	319	2,521%
2024	145,61	1.360.076	46.437,00	1.313.784,6	164.620.534	0,008	9,4	9,39	346.425.066	1.313.639	344	2,617%
2025	150,76	1.413.804	50.570,00	1.363.384,8	164.507.031	0,008	9,4	9,39	351.621.442	1.363.234	369	2,705%
2026	155,90	1.467.533	54.704,00	1.412.984,9	164.393.527	0,009	9,4	9,39	356.192.521	1.412.829	394	2,788%
2027	161,05	1.521.262	58.837	1.462.586,0	164.280.023	0,009	9,4	9,39	360.823.023	1.462.425	418	2,865%

Los datos del CNA son pertinentes a la actividad de las exportaciones “x” e importaciones “m” realizadas tanto por el país de Ecuador y Estados unidos, a la vez, la producción nacional “Pn” de USA, por otro, también se obtiene el volumen de oferta de la empresa en cuestión y la demanda que corresponde al consumidor norteamericano. El resultado obtenido se refleja al procesar la siguiente formula; $CNA = Pn + M - X$

3.9. ESTUDIO TÉCNICO

3.9.1. Macro localización

La macro localización, permite determinar de manera general la ubicación de la empresa Mirafruits Cia. Ltda. la misma que se encuentra en el cantón Mira, provincia del Carchi.



Figura 21. Macro localización
Fuente: Google maps, 2023

3.9.2. Micro localización



Figura 22. Micro localización
Fuente: Google maps, 2023

La micro localización permite determinar el lugar exacto en donde queda la empresa Mirafruits Cia. Ltda. la cual está ubicada en la comunidad Las Parcelas.

Ubicación

Provincia: Carchi
Cantón: Mira
Parroquia: Mira
Comunidad: Las Parcelas

3.9.3. Identidad empresarial

3.9.3.1. Organigrama empresarial

La empresa Mira Fruits Cia. Ltda. se encuentra legalmente constituida desde el año 2019. A continuación, se muestra el organigrama estructural donde se establece las principales funciones y las relaciones existentes entre los mismos.

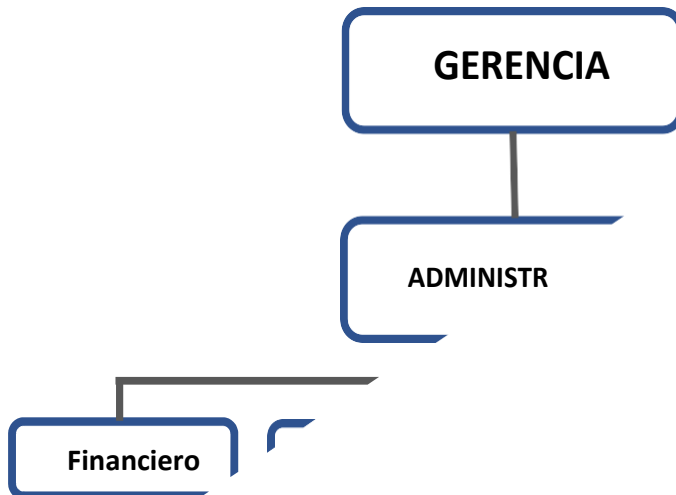


Figura 23. Organigrama de la empresa MiraFruits
Fuente: MiraFruits, 2023

- I. Gerencia: 1 persona
- II. Administración: 1 persona
- III. Financiero: 1 persona
- IV. Exportaciones: 1 persona
 - a. Operario en puerto: 1 persona
- V. Producción: 1 persona
 - a. Equipo de cosecha: 10 personas
- VI. Calidad: 1 persona
 - a. Clasificación: 8 personas

3.9.3.2. Misión

Somos una compañía eficiente e innovadora, que elabora productos de calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores nacionales e internacionales y fomentar el desarrollo de sus empleados.

3.9.3.3. Visión

Ser una empresa líder en la producción y venta de las diferentes frutas de la zona a nivel nacional e internacional, especialmente en el mercado internacional fomentando la comercialización de los productos ecuatorianos.

3.9.3.4. Valores

- Responsabilidad: Cumplimos con protocolos de calidad, seguridad y ambiental.
- Calidad: Exportamos fruta fresca con la más alta calidad del mercado.
- Cumplimiento: Compromiso que llegue al empaque en buenas condiciones y a tiempo.
- Honestidad: Hablar con la verdad y actuar con honradez y transparencia.

3.9.3.5. FODA

Tabla 53. Matriz FODA

Factores Internos	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Comercialización directa con más de 30 años de experiencia• Líder en ventas de fruta fresca• Organización legalmente constituida• Empresa con proveedores de materia prima	<ul style="list-style-type: none">• El aguacate es una fruta cotizada en el mercado• Participación en ferias internacionales• Expandirse en un nuevo nicho de mercado• Asistencia técnica para la producción de aguacate hass
Factores Externos	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Limitada producción nacional• Escaso conocimiento en comercialización internacional• Falta de aplicación de marketing digital	<ul style="list-style-type: none">• Devaluación del euro• Incremento de intermediarios• Productos sustitutos

- No se logra cubrir la demanda internacional
- Políticas gubernamentales cambiarias

Fuente: Mira Fruits, 2023. Análisis de los factores internos y externos de la empresa Mirafruits.

3.9.3.6 Manual de Funciones

Tabla 54. Manual de Funciones Gerente General

Denominación del Cargo	
	Gerente General
Denominación del cargo:	Gerencia
Dependencia:	Título de tercer nivel, conocimientos en finanzas o administración de empresas
Perfil del cargo:	El representante legal de la empresa será quien lleve a cabo el negocio y es quien mantiene las políticas y reglas para el normal funcionamiento de la misma, además, está encargado de firmar los convenios o contratos que de dispongan.
Objetivo principal:	
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y aprobar informes de mercancías. • Control de mercancía que este completa. • Coordinación con proveedores sobre descuento y fechas de pago de factura. • Mantener el control de al personal de la organización. • Aprobación de pagos. • Mandó de hojas de ayuda Departamento de Contabilidad para la preparación de papel de pagos. • Examinar y establecer las cuestiones para entrevistas y verificación de documentos. • Hacer entrevistas. • Comprobar hojas de vida de los postulantes • Mandó a la secretaria resultados conseguidos de la contratación. • Control correcto de las asistencias del personal • Control de faltas, funciones y asistencias personal • Asentimiento control de asistencias personal para su pago inmediato • Las otras funcionalidades que determine el líder inmediato superior

Tabla 55. Manual de funciones del contador

Denominación del Cargo	
Denominación del cargo:	Contador

Dependencia:	Departamento administrativo
Perfil del cargo:	Título de tercer nivel, Profesional en contaduría.
Objetivo principal:	Lleva la parte contable, tributaria y financiera de la empresa, revisa, canaliza y analiza los pagos que se deben realizar al personal, así como gastos públicos.

Funciones o Responsabilidades:

- Clasificar, registrar, examinar e interpretar la información financiera del proyecto de cuentas.
- Llevar en orden los libros más grandes.
- Elaborar y exponer informes sobre el caso financiera de la organización.
- Asesorar al gerente y a el comité directiva.
- Las demás funcionalidades que determine el líder inmediato superior

Tabla 56. Manual de Funciones Operarios

Denominación del Cargo	
Denominación del cargo:	Operarios
Dependencia:	Jefe de producción
Perfil del cargo:	Mínimo bachiller
Objetivo principal:	Control y responsabilidad del control y calidad de las diferentes frutas que se comercializan en la empresa.

Funciones o Responsabilidades:

- Verificación de materia prima.
- Analizar calidad de producción.
- Verificación y desempeño correcto de la maquinaria.
- Las demás funcionalidades que determine el líder inmediato superior

Tabla 57. Manual de Funciones Asistente Comercial

Denominación del Cargo	
	Asistente Comercial
Denominación del cargo:	Gerencia
Dependencia:	Título de tercer nivel, Ingeniería Comercial o carreras afines.
Perfil del cargo:	Orientar y llevar a cabo las metas planteadas en la idealización estratégica, dentro del área comercial, hacer procesos necesarios con interacción a las compras de bienes y materiales.

Funciones o Responsabilidades:

- Despacho de peticiones y entrega de factura al comprador.
 - Entrega de orden de peticiones a secretaria.
 - Verificación de la entrega de mercancías al comprador.
 - Verificación de la vida de la mercancía en el sistema para su repartición.
 - Realizar directivas de pedido.
 - Las demás funcionalidades que determine el líder inmediato superior
-

Tabla 58. Manual de Funciones jefe de producción

Denominación del Cargo	
Denominación del cargo:	Jefe de producción
Dependencia:	Área de producción
Perfil del cargo:	Tecnología en Agropecuaria
Objetivo principal:	Control y organización del área de producción

Funciones o Responsabilidades:

- Coordinar las labores dentro del área de producción
 - Despachar el producto una vez que sea requerido
 - Control de materia prima
 - Seguimiento a proveedores
 - Mantenimiento de la planta
-

Tabla 59. Manual de Funciones secretaria

Denominación del Cargo	
	Secretaria
Denominación del cargo:	Administración
Dependencia:	Tercer nivel, Secretariado Ejecutivo
Perfil del cargo:	Coadyuvar con del gerente en el sector administrativa, es la delegada
Objetivo principal:	de la documentación de la organización y de la atención del público, efectuando esto a lo largo de la jornada de trabajo.

Funciones o Responsabilidades:

- Hacer y recibir denominadas telefónicas para tener reportado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
 - Obedecer y hacer indicaciones que le sean asignadas por su líder.
 - Reclutar las demandas de servicios por parte del departamento deservicio al comprador.
-

3.9.4. Infraestructura de la empresa

Planta administrativa. - se encuentran las oficinas de gerencia, financiero, exportaciones y administración, cuenta con cien metros cuadrados de construcción.

Empacadora. - Trabaja el departamento de calidad y las personas que clasifican la fruta, tiene baños para hombres y mujeres, comedor, vestuario, mesa para control de Agrocalidad, laboratorio de calidad, cuenta con cuatrocientos metros cuadrados de construcción.

Cuartos Fríos: cuenta con dos cámaras frigoríficas que almacena sesenta mil kilos de fruta, cuenta con cien metros cuadrados de construcción.

3.9.5. Instalación y Distribución de la planta

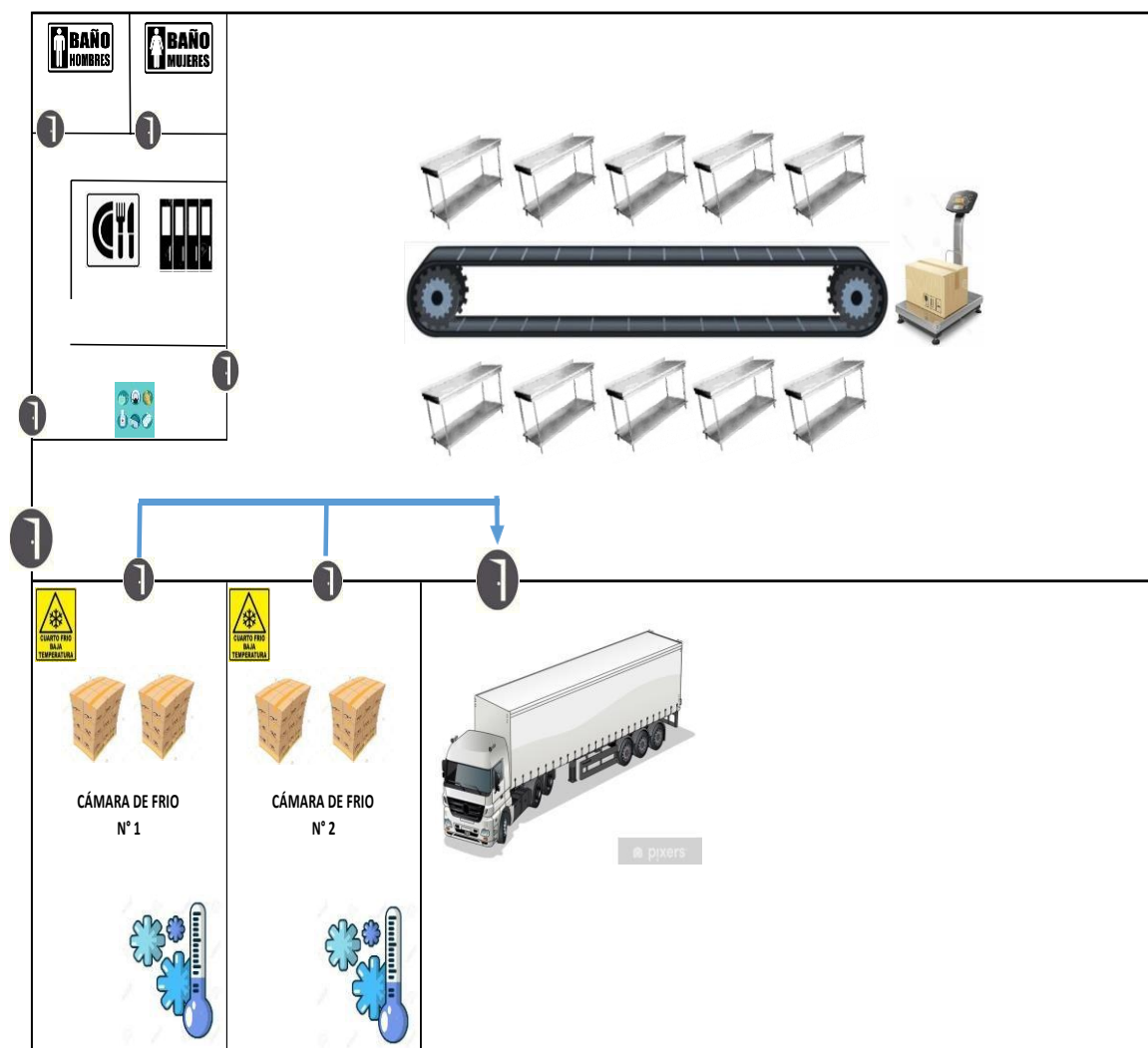


Figura 24. Instalación y Distribución de la planta
Fuente: MiraFruits, 2023

3.9.6. Mapa de procesos

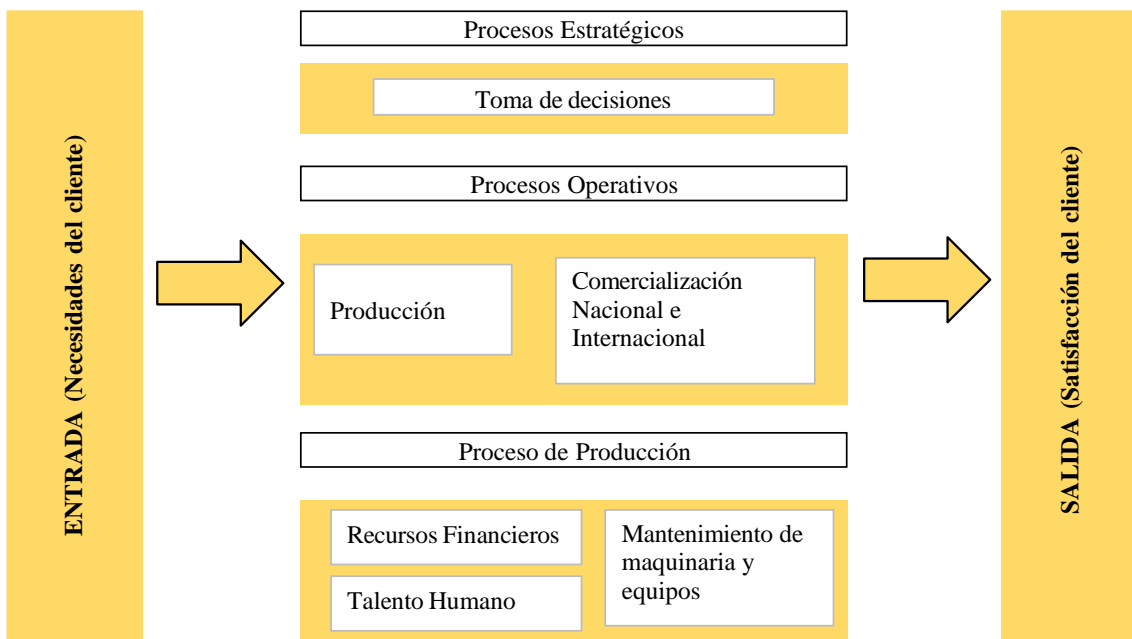




Figura 25. Mapa de procesos.

3.9.6.1. Procesos de Producción

Tabla 60. Descripción de procesos de producción

PROCESOS	DESCRIPCIÓN
<p>1. Siembra de la planta de aguacate</p> 	<p>Se prepara el suelo para la siembra de la planta de aguacate, se debe tener en cuenta la distancia por el crecimiento de la planta, es recomendable que la distancia del producto sea de 5 a 5.3 metros.</p>
<p>2. Riego de agua</p> 	<p>Para obtener una planta de calidad, se debe implementar el riego de agua, dependiendo la temporada por lo general se realiza 2 veces por semana para que la planta crezca, esto es por goteo o aspersión a través de mangueras.</p>

3. Manejo de la siembra



A través del manejo de la siembra se realiza la poda es necesario para que tenga un balance entre producción y vegetación suele realizarse en los árboles jóvenes y los árboles adultos.

4. Fertilización



La fertilización del aguacate debe ser balanceada y poseer nutrientes necesarios con el fin de alcanzar un desarrollo adecuado y lograr su comercialización, la aplicación de estos debe ser de acuerdo con los resultados que se obtienen.

5. Estado de cosecha



Cuando el producto se encuentra en la etapa de maduración, a través de gavetas se cosecha el aguacate

Fuente: MiraFruits, 2023. Proceso de producción del aguacate hass.

3.9.6.1 Flujograma de procesos

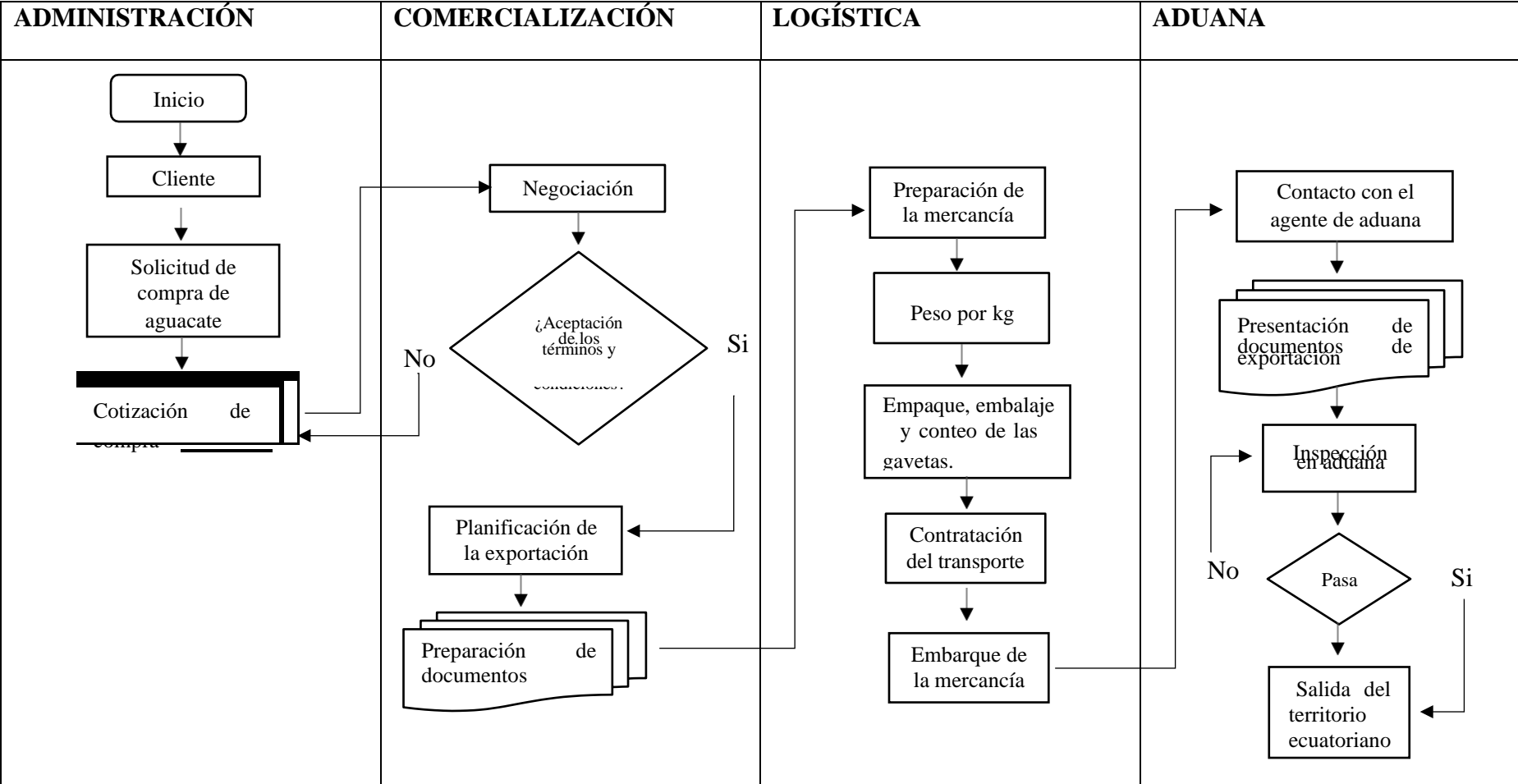


Figura 26. Flujograma de procesos.

3.9.6 Maquinaria Operativa

Para el acopio, selección y empaquetado del aguacate la empresa Mira Fruits Cia. Ltda ha invertido en maquinaria con gran tecnología, la misma que se detalla a continuación:

Tabla 61. Maquinaria operativa

Maquinaria	Descripción
<p>Banda transportadora</p> 	<p>Esta banda industrial permite el transporte seguro de las diferentes frutas permitiendo la clasificación correcta de los mismos.</p>
<p>Mesas de acero inoxidable</p> 	<p>Indispensables para el manejo y apoyo de cajas al momento de empaquetar el producto.</p>
<p>Balanza Industrial</p> 	<p>Permite determinar el peso justo en cada caja o gaveta para el transporte seguro de la mercancía.</p>
<p>Penetrómetro</p> 	<p>Penetrómetro sirve para medir la firmeza o dureza en todo tipo de frutas.</p>
<p>Medidor de grados brix</p> 	<p>Los grados Brix se miden mediante un refractómetro. Antes de que existiera este aparato la densidad de azúcares se media con un densímetro o pesa-jarabes.</p>

Fuente: Mirafruits, 2023. Maquinaria existente en la empresa para la clasificación y empaquetado del aguacate hass, previo a la comercialización.

3.10. PRODUCTO

3.10.1. Descripción del producto

El aguacate del tipo “Hass”, es una alteración o mutación de una raza de aguacate americano.

Entre sus principales propiedades y ventajas cabe destacar que esta planta tiene un largo periodo de cosecha, lo que le permite incrementar el consumo mundial, así como su excepcional calidad.

Estos frutos tienen cualidades extraordinarias, pues además de no contener fruto, también tienen una fuerte resistencia a la vida post cosecha que implica la recolección, el transporte y la distribución.


Además, cabe resaltar que esta diversidad de aguacates solo florece una vez al año, cuyo lapso es a lo largo de la primavera, a partir de sus inicios y hasta mediados de esta, cuando esta fruta madura, se puede conservar en el árbol a lo largo de ciertos meses sin exponer ningún deterioro.

3.10.2. Ficha técnica

Tabla 62. Ficha técnica del aguacate Hass

FICHA TÉCNICA DEL AGUACATE HASS

Aguacate variedad Hass

Nombre del producto	
Nombre científico	Persea americana
Origen	Ecuador
Descripción del producto	Es de forma ovalada y de semilla pequeña, se puede pelar fácilmente y tiene un excelente sabor. Tiene un tamaño entre medio y grande y su peso oscila entre 140 y 360 gramos. La piel de este tipo de aguacate es rugosa pero flexible y se oscurece al estar maduro.
Características Organolépticas	Color: Característico de la variedad, uniforme. Olor: Característico, libre de olores extraños. Sabor: Característico, libre de sabores extraños. Forma: Característica de la variedad.
Calidad	Durante el empaque del fruto no se tolerarán: frutos con falta de pedúnculo, mordedura de roedor, hongo, antracnosis, con residuos de

tratamiento, con presencia de plagas, daño por heladas, fumagina, con tierra, con excremento de aves, con signos de maduración.

Presenta unas dimensiones de 5-6 cm de longitud. El peso normal oscila entre 200-400 g, aunque pueden encontrarse piezas de hasta 2 kg de peso. La corteza es gruesa y dura de color verde cuyo tono depende de la variedad.

Unidad de medida

Clasificación arancelaria

0804.40.00.00 Aguacates (paltas)

Fuente: Mirafruits, 2023. Ficha técnica que presenta el aguacate hass.

3.10.3. Certificaciones



Figura 27. Certificaciones que tiene la empresa
Fuente: MiraFruits, 2023

Gracias a la calidad del aguacate Hass la empresa tiene la certificación GLOBALG.A.P. la cual le da mayor ventaja sobre otros productos similares, por su alcance internacional y debido a que va dirigida a los productos agrícolas, lo que quiere decir que el producto alcanza tanto los niveles de calidad como de seguridad, siendo producidos de manera sustentable resguardando la seguridad y bienestar de cada parte integrante de la empresa y medio ambiente obteniendo ventajas competitivas ante las demás organizaciones.

3.10.4. Presentación del producto

3.10.4.1. Logotipo

En el logotipo la empresa establece los colores de cada parroquia de Mira: Jacinto Jijón y Caamaño, La Concepción, Juan Montalvo y Mira, y el color verde hace referencia al aguacate Hass que es la variedad de producto que tiene renombre en el mercado internacional.

3.10.4.2. Propuesta de mejoramiento de marca

Una marca tiene valor en sí misma, y este valor no necesariamente está relacionado con las características del producto (calidad, ingredientes o segmento al que se dirige, entre otras). Esta suele ser una idealización de un producto o servicio, una idea que está diseñada para implantarse en la mente del consumidor para asociar ciertos deseos o atributos a una empresa específica.

La marca contribuye con la empresa ayudándola a hacer más fácil y rápidamente identificada además, determina el nivel de calidad lo que permite obtener que un cliente satisfecho vuelva a adquirir una y otra vez el producto, la fidelidad le permite a la empresa determinar la demanda y crear una barrera de entrada de otras empresas al mercado, esta lealtad logra que el cliente esté dispuesto a pagar un valor más alto al de la competencia aunque los competidores sean capaces de imitar el diseño y el proceso de elaboración pero el resultado no será el mismo.

La marca Mirafruits le permite a la empresa un reconocimiento en el mercado ya que es como los clientes potenciales podrán diferenciarla de la competencia. Para determinar una marca se debe tomar en cuenta colores, nombres, acrónimos, logotipos, los mismos que generan una marca única en el mercado. Mirafruits al ser una empresa comercializadora de varias frutas, siendo su fuerte el aguacate.



Figura 28. Propuesta de marca

Se establece una marca enfocada en la naturaleza, elegancia y poder los cuales están representados por los colores verde y negro con un fondo blanco, se mantiene su nombre de

identidad, pero se optó por un nuevo slogan el mismo que se denomina ama lo natural, ya que el aguacate es una fruta con un gran valor nutricional en su estado natural y de la forma en la que es comercializada. Con esto se busca un mayor reconocimiento de la empresa y la fidelidad de sus consumidores.

3.10.4.2.1. Logotipo para el aguacate hass

En lo que concierne al aguacate como fruta de exportación se determina una submarca única del producto para la cual se toma en cuenta un logotipo propio de la fruta haciendo mención a la empresa comercializadora de la misma, esta submarca está representada por el color característico del aguacate como es amarillo, café y verde, con esto se pretende establecer la diferencia del aguacate en relación a los demás productos.



Figura 29. Propuesta de logotipo para aguacate

3.10.4.3. Empaque y embalaje

Empaque

Actualmente la empresa Mira Fruits comercializa el producto en gavetas plásticas de 10 kilos, también presenta el empaque de una caja de cartón de 4,5 kilos, sin embargo, el empaque dependerá del pedido y especificación del cliente.



Figura 30. Empaque de aguacate Hass
Fuente: Mira Fruits, 2023.

Embalaje




La empresa utiliza gavetas de plástico y el pallet americano, por lo general están distribuidas en base de 8 y las filas de 12. Varían el color de gavetas, suele ser negro y blanco.




Figura 31. Embalaje del aguacate Hass
Fuente: Mira Fruits, 2023

3.10.5. Comparación de precio del producto en el Estado de Florida

Tabla 63. Comparación de precios de aguacate en Florida

	Producto	Precio
	Aguacate Florida	
		\$3,50 unidad
	Aguacate Hass (Pequeño) 	\$3,00 unidad

	Palta	
		
	Aguacate Hass	
 BRAVO SUPERMARKETS		\$1,79 unidad
	Aguacate, México	\$1,79 unidad
		\$3,00 unidad
	Aguacate, Verde, Grande	
Sedano's Supermarket 	 Aguacate verde 	\$1.69 Libra

Fuente: Seabrafoods, Bravo markets, Sedano's, 2023. Comparación de precios en supermercados de Florida.

3.10.6. Estrategias de publicidad

El establecer estrategias de publicidad beneficia a la empresa Mirafruits debido a que de esta manera el nivel de ventas incrementará, además de tener la fidelización de los clientes y atraer a nuevos consumidores.

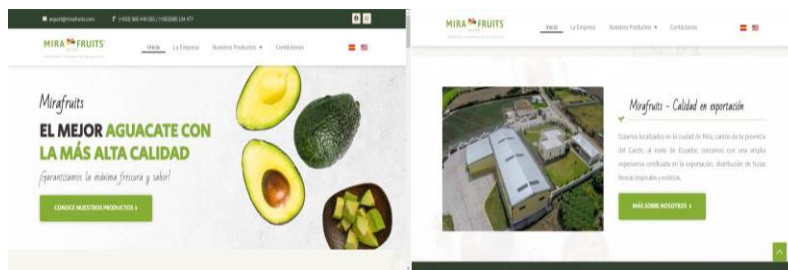
Tabla 64. Estrategias de publicidad.

Medio publicitario	Descripción
Facebook	A través del Facebook se puede llegar a clientes extranjeros los cuales podrán realizar pedidos e interactuar con una persona que le ayude con las respuestas a cualquier duda o inquietud que presenten, de igual manera se creará un anuncio para incrementar el alcance en las vistas generando una ventaja para la comercialización de aguacate.



La empresa Mira fruits utiliza la página web bajo el dominio de: <https://mirafruits.com/>, la cual le ha ayudado a promocionar el aguacate de variedad Hass, captar y fidelizar nuevos clientes con el fin de lograr el posicionamiento en el mercado

Página web



La empresa utiliza el Whatsapp Bussines de los contactos que se encuentra en la página web, a través de ello se puede receptor pedidos y atender a los clientes de manera personalizada, para ello utiliza los siguientes números: (+593) 985 440 005 / (+593)985 134 477

WhatsApp

Se manejan a través del siguiente horario:

De lunes a viernes de 8 a 5pm sábados de 8 a 12pm

A través de la plataforma de YouTube se realizará videos publicitarios sobre la empresa y sus productos con el fin de llegar a más clientes a través de este medio.

YouTube

Fuente: Mira Fruits, 2023. Redes sociales para la publicidad comercial de la empresa Mirafruits.

3.11. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

3.11.1. Proceso de exportación

3.11.3. Cadena Logística de exportación

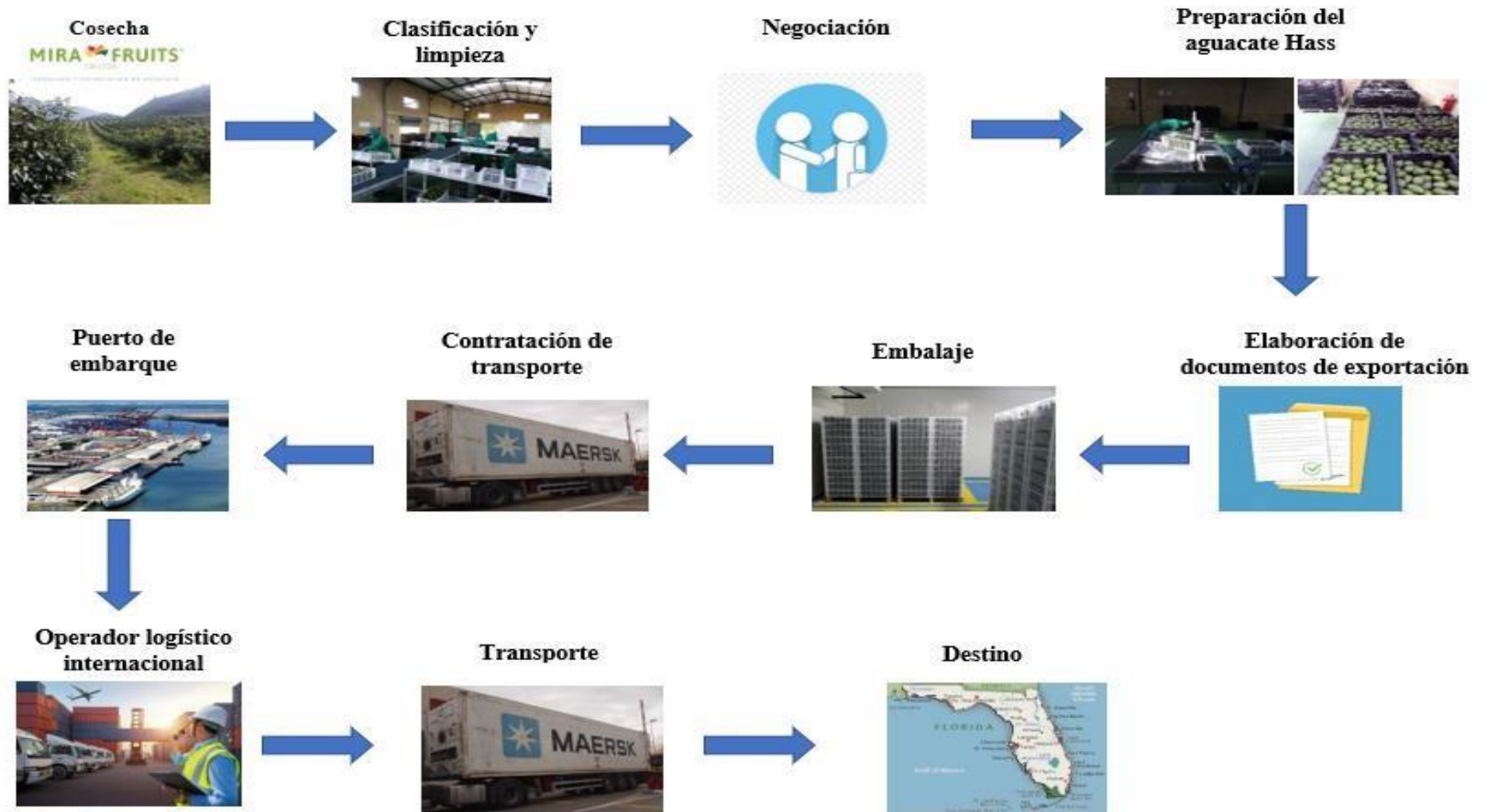






Figura 32. Logística de exportación

3.11.2. Cubicaje.

Cubicaje de la mercancía para su comercialización

Tabla 65. Cubicaje de la mercancía para su comercialización

Producto	Empaque	Pallet americano
		
<p>Aguacate Hass 40 a 60 unidades por caja</p>	<p>Alto: 15 cm Ancho: 29 cm Largo: 50 cm Peso: 10 kg</p>	<p>Largo: 1.20 m Ancho: 1 m Alto: 0,14 m Capacidad: 1200 kg.</p>
<i>Cubicaje</i>		
<p>Largo: 2 cajas Alto: 12 cajas Ancho 4 cajas Capacidad: 96 cajas por pallet</p>		

3.11.3. Forma de envío por el modo marítimo

El modo de transporte que se utilizará para el desplazamiento de la mercancía será por el modo marítimo, al tratarse de un producto con alta vulnerabilidad a la manipulación y perecedero su tratamiento para el traslado será por medio de un contenedor que adecua a las necesidades de esta, en el que las características de esta son:

Tabla 66. Forma de envío

Contenedor REFER



Características

- 1 contenedor de 40 pies
- Atmósfera controlada temperatura de 4 a 6°
- Reduce la producción de Etileno

Utilización de contenedores refer para el transporte de productos perecederos.

3.11.4. INCOTERMS

A continuación, se refleja los costos que conforma el precio de venta al público en el mercado estadounidense según el termino de negociación utilizado en el transporte marítimo, el cálculo se lo realiza con una cantidad estimada de 4800 unidades de aguacate en cada embarque enviada a Estados Unidos.

Tabla 67. Incoterms

COSTOS SEGÚN EL INCOTERMS		
INCOTERMS	COSTOS TOTALES	COSTOS UNITARIOS
COSTOS DE PRODUCCIÓN	2.919,68	0,61
GASTOS OPERACIONALES	1.284,61	0,27
EXW	4.204,29	0,88
MANIPULACIÓN LOCAL	57,00	0,01
BANCOS	45,00	0,01
UNITARIZACIÓN	40,00	0,01
FCA	4.346,29	0,91
MANIPULACIÓN E INSPECCIÓN	68,00	0,01
FAS	4.414,29	0,92
TRANSPORTE INTERNO ORIGEN	75,00	0,02
MANIPULEO EMBARQUE	20,00	0,00
DOCUMENTACIÓN		
EXPORTACIÓN	30,00	0,01
AGENTE DE ADUANA	20,00	0,00

FOB	4.346,29	0,91
TRANSPORTE INTERNACIONAL	3.936,00	0,82
CFR	8.282,29	1,73
SEGURO INTERNACIONAL	82,82	0,02
CIF	8.365,11	1,74
OPERACIONES PORTUARIOS	45,00	0,01
MANIPULACIÓN	50,00	0,01
INSPECCIÓN	35,00	0,01
DPU	8.495,11	1,77
TRANSPORTE INTERNO	65,00	0,01
DESTINO		
DAP	8.560,11	1,78
DOCUMENTACIÓN	70,00	0,01
IMPORTACIÓN		
IMPUESTOS EN ADUANA	1.394,64	0,29
AGENTE DE ADUANA	35,00	0,01
DDP	10.059,75	2,10

Análisis de precios de incoterms utilizados de la comercialización de productos.

En el presente cálculo se ha tomado valores referenciales del estudio financiero de la empresa y valores de plataformas de comercio exterior confiables como Pro Ecuador y Searates. Al negociar con el Incoterms DDP el vendedor debe de asumir todos los costos hasta que el producto llegue al mercado meta en el punto de entrega pactado con el cliente asumiendo un costo de 2,10 dólares americanos. En la siguiente tabla se detalla el precio de venta al público con una utilidad del 30%.

Tabla 68. Tabla comparativa Incoterms

TABLA COMPARATIVA PRECIOS SEGÚN EL INCOTERMS			
INCOTERMS	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 30%	PVP
EXW	0,88	0,26	1,14
FCA	0,91	0,27	1,18
FAS	0,92	0,28	1,20
FOB	0,91	0,27	1,18
CFR	1,73	0,52	2,24
CIF	1,74	0,52	2,27
DPU	1,77	0,53	2,30
DAP	1,78	0,54	2,32
DDP	2,10	0,63	2,72

Los precios son referenciales con una utilidad del 30% por unidad calculado sobre los costos estimados en cada unidad en relación con el Incoterms, mismos que varían según los costos asumidos y obligaciones. El precio por unidad en el mercado destino aplicado por la

competencia se encuentra en un rango entre 2 a 4 dólares estadounidense, por lo tanto, los precios estimados están en los valores que se vende el producto en los supermercados de Estados Unidos.

3.11.4. Transporte Internacional

La empresa MiraFruits para realizar el proceso de exportación utilizará el transporte marítimo, el mismo que tiene como partida el puerto de Guayaquil y llega el puerto de Miami, se enviará en contenedores refrigerados con el fin de que la mercadería llegue en condiciones aceptables.

Tabla 69. Transporte internacional

Guayaquil	Miami
1962.45 mí, (3634.45 km)	1.3 mi, (2.4 km)
Transit Time: 6 days 6 hours	Transit Time: an hour
Average Speed: 13 knots	Average Speed: 22 mp/h (35 km/h)

Fuente: Searates, 2023. Ruta marcada para el transporte de aguacate hasta su puerto de destino.

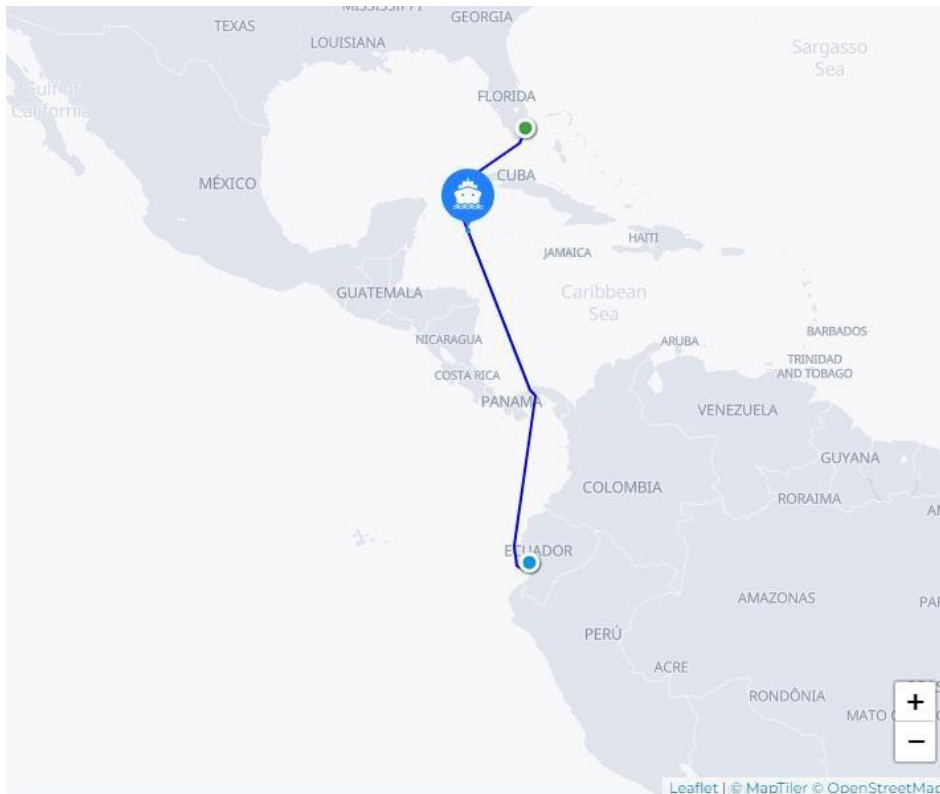


Figura 33. Transporte Internacional, distancia

Fuente: Searates, 2023

3.12. ESTUDIO FINANCIERO

Para la elaboración del estudio sobre las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass, la empresa detalla cada uno de los aspectos a considerar para el ejercicio comercial;

3.12.1. Inversión inicial

Tabla 70. Inversión inicial

INVERSION INICIAL	
ACTIVOS FIJO	72.344,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2325,00
COSTOS OPERACIONALES	359.655,24
Total	434.324,00

Inversión inicial con la que cuenta la empresa Mirafruits

3.12.1.1. Activos fijos

Tabla 71. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Maquinaria y Equipo			
Banda transportadora	7	650	4550
Mesas de acero inoxidable	6	350	2100
Balanza Industrial	5	90	450
Penetrometro	3	45	135
Refrigeración	1	5200	5200
Medidor de grados brix	3	38	114
Total			12549
Equipos de computo			
Computadoras de escritorio	2	450	900
Computadoras portátiles	1	650	650
Impresora	2	280	560
Escáneres	1	250	250
Total			2360
Muebles y Enseres			
Escritorios	4	220	880
Sillas	4	25	100
Archivadores	3	150	450
Mesas	3	80	240
Sillas de oficina	5	89	445
Calculadora	2	10	20
Teléfono	2	150	300
Total			2.435
Infraestructura			
Terreno	1	55.000	55.000

Total	55.000
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	72.344

Fuente: Mirafruits, 2023.

Para que una empresa se posicione en el mercado debe invertir en activos fijos que serán utilizados para realizar sus operaciones y también la producción y comercialización de productos, en la tabla anterior se detallan los rubros que son más importantes y los que tienen el mayor valor. inversión, a saber: maquinaria e infraestructura con \$12.549 y \$55.000 dólares respectivamente.

3.12.1.2. Activos diferidos

Tabla 72. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Escrituras del terreno	1	825	825
Honorarios de Abogado	1	800	800
Permisos de operación	3	150	450
Municipio	1	250	250
TOTAL			2325

La empresa para llevar a cabo sus operaciones requirió de ciertos lineamientos para su constitución y cada uno con un precio significativo dependiendo la operación a realizar.

3.12.1.3. Costos operacionales

Los costos operacionales, se encuentran conformados por los costos de producción, gastos administrativos, gastos de comercialización o venta y los gastos financieros, estos intervienen dentro del proceso de comercialización y se encuentran detallados a continuación;

3.12.1.3.1. Costos de producción

Tabla 73. Costos de producción.

Descripción	COSTOS DE PRODUCCIÓN				Proyecciones					
	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Mensual	Total 2022	2023	2024	2025	2026	2027
Materia Prima Directa										
Planta de aguacate	313	Plantas	5,5	1.718,75	20.625,00	21.066,38	21.451,89	21.773,67	22.056,73	22.343,46
Fertilizantes	120	Kilos	7	840,00	10.080,00	10.295,71	10.484,12	10.641,39	10.779,72	10.919,86
TOTAL, MPD					30.705,00	31.362,09	31.936,01	32.415,05	32.836,45	33.263,32
Mano de obra directa										
Agronomo	1	Unidad	620	620	7.440	7.440	7.440	7.440	7.440	7.440
Obreros	6	Unidad	425	2.550	30.600	30.600	30.600	30.600	30.600	30.600
TOTAL, MOD					38.040	38.040	38.040	38.040	38.040	38.040
Costos Indirectos de Fabricación										
Gavetas plasticas	2.500	Unidad	4,5	11250	135.000,00	137.889,00	140.412,37	142.518,55	144.371,30	146.248,12
Embalaje	26		0,5	13	156,00	159,34	162,25	164,69	166,83	169,00
Luz Eléctrica	1	Kw/h	37	37	444,00	453,50	461,80	468,73	474,82	480,99
Agua de riego	25	Tanquero	10	250	3.000,00	3.064,20	3.120,27	3.167,08	3.208,25	3.249,96
TOTAL, CIF					138.600,00	141.566,04	144.156,70	146.319,05	148.221,20	150.148,07
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN					207.345,00	210.968,13	214.132,71	216.774,10	219.097,65	221.451,40

Para realizar los costos de producción se consideran los rubros siguientes; MPD, MOD Y CIF, y se realiza las proyecciones para 5 años tomando en cuenta la evolución anual de la tasa de inflación para los años siguientes.

3.12.1.3.2. Gastos administrativos

Tabla 74. Gastos administrativos

Descripción	Gastos administrativos			PROYECCIONES					
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Año 2022	2023	2024	2025	2026	2027
Sueldos	3	550	1.650,00	19.800,00	19.798,02	19.819,80	19.841,60	19.863,43	19.885,28
Suministros de Oficina	3	5,5	16,50	198,00	197,98	395,98	403,23	409,28	414,60
Suministros de limpieza	5	8	40,00	480,00	479,95	959,93	977,49	992,15	1.005,05
Otros suministros	6	12	72	864	863,91	1.727,85	1.759,47	1.785,86	1.809,08
	TOTAL			21.342,00	21.339,87	22.903,55	22.981,79	23.050,72	23.114,00

La proyección en gastos administrativos varía de acuerdo con el incremento de la inflación anual por lo que se considera el crecimiento del sector como principal factor de cálculo, también es importante tener en cuenta los rubros que son necesarios para efectuar la actividad de manera eficiente, siendo para el 2021 un total de \$21.342 dólares

3.12.1.3.3. Costos de comercialización o ventas

Tabla 75. Costos de comercialización y ventas

Gastos de Comercialización O Venta				Proyecciones					
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Año 2022	2023	2024	2025	2026	2027
Sueldos de ventas	2	700	1.400,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00
Publicidad	1	150	150,00	1.800,00	1.799,82	3.599,66	3.665,54	3.720,52	3.768,88
Transporte interno	1	450	450,00	5.400,00	5.399,46	10.798,94	10.996,56	11.161,51	11.306,61
				24.000,00	23.999,28	31.198,60	31.462,10	31.682,03	31.875,50

Los gastos de comercialización o venta se lo realizan de forma nacional debido a que una vez que la empresa se internacionalice diversificará su mercado nacional es decir que distribuirá el producto hacia el norte, centro y sur del país, al 2021 se tiene un total de \$24.000 dólares de igual manera se realiza las proyecciones para los siguientes años incrementando las ventas por año.

3.12.1.3.4. Gastos financieros

Tabla 76. Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS			2022	2023	2024	2025	2026
Préstamo	1	12	100.000,	0	26742,06	40113,09	40113,09

3.12.2. Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento cuenta con capital propio y capital financiado, a continuación, se detalla la distribución;

Tabla 77. Estructura del financiamiento

PROPIO	75,37%	327.356,00	3%	2,3%
FINANCIADO	24,63%	106.968,24	11%	2,7%
TOTAL	100%	434.324,24		5%

El 75,37% corresponde al capital propio que aporta la empresa es decir \$327.356 dólares para la implementación de la filial de producción y el 24,63% a una tasa del 11% de interés que corresponde a \$106.968,24.

Tabla 78. Costo capital

Costo capital				
Descripción	Participación	Tasa de interés		
Propio	75,37%	3%		2,3%
Financiado	24,63%	11%		2,7%
Total	100%	Costo C.		5,0%
		Tasa Inflación		1,94%
		Tasa desct		6,9%
		Riesgo proyec		6%
		TAMR		13%

3.12.3. Balance General

Tabla 79. Balance general 2018-2023

BALANCE GENERAL			
Activos corrientes	359.655,24	PASIVOS A LARGO PLAZO	
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	359.655,24	Préstamo bancario	106.968,2

ACTIVOS FIJOS		TOTAL, PASIVO A LARGO PLAZO	106.968,2
Maquinaria y Equipo	12.549	PATRIMONIO	
Equipos de computo	2.360	Propio	327.356,00
Muebles y Enseres	2.435		
Infraestructura	55.000	total, Pasivo + patrimonio	434.324,24
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	72.344		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Escrituras del terreno	825		
Honorarios de Abogado	800		
Permisos de operación	450		
Municipio	250		
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	2325		
TOTAL, ACTIVOS	434.324,24		

3.12.4. Estado de resultados

Tabla 80. Estado de resultados

DETALLE	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	600.000,00	637.304,26	702.127,98	769.434,29	836.752,45	901.559,83
Cantidad en kg	300.000,00	318.684	343.743	368.802	393.861	418.920
Precio	2,00	2,00	2,04	2,09	2,12	2,15
(-) costo de producción	315.162,00	320.808,65	325.740,66	329.857,26	333.478,51	337.146,83
(=) Utilidad bruta en ventas	284.838,00	316.495,62	376.387,33	439.577,03	503.273,94	564.413,00
(-) Gastos operacionales	92.604,00	92.598,34	110.243,58	110.930,77	111.511,49	112.027,55
gastos administrativos	41.604,00	41.599,84	44.246,54	44.384,78	44.507,31	44.620,32
gastos de ventas	51.000,00	50.998,50	65.997,04	66.545,99	67.004,18	67.407,23
(=) Utilidad operacional	192.234,00	223.897,28	266.143,74	328.646,26	391.762,45	452.385,45
(-) Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Interés	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de part. Empleados	192.234,00	223.897,28	266.143,74	328.646,26	391.762,45	452.385,45
15 %part. Trab	28.835,10	33.584,59	39.921,56	49.296,94	58.764,37	67.857,82
Utilidad antes de impuestos	163.398,90	190.312,69	226.222,18	279.349,32	332.998,08	384.527,63
25 % de impuesto	40.849,73	47.578,17	56.555,55	69.837,33	83.249,52	96.131,91
UTILIDAD NETA	122.549,18	142.734,51	169.666,64	209.511,99	249.748,56	288.395,72

Flujo neto de efectivo

Tabla 81. Flujo neto de efectivo

Flujo neto de efectivo	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	-	637.304,263	702.127,981	769.434,293	836.752,453	901.559,834
Cantidad en kg	-	318.684,000	343.743,000	368.802,000	393.861,000	418.920,000
Precio	-	2,000	2,043	2,086	2,124	2,152
(-) costo de producción	-	320.808,647	325.740,655	329.857,265	333.478,509	337.146,830
(=) Utilidad bruta en ventas	-	316.495,616	376.387,326	439.577,028	503.273,943	564.413,004
(-) Gastos operacionales	-	92.598,340	110.243,582	110.930,769	111.511,491	112.027,554

gastos administrativos	-	41.599,840	44.246,539	44.384,780	44.507,313	44.620,321
gastos de ventas	-	50.998,500	65.997,043	66.545,989	67.004,179	67.407,233
(=) Utilidad operacional	-	223.897,277	266.143,744	328.646,260	391.762,452	452.385,450
(-) Gastos financieros	-	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Interés	-	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
U.A.T.I	-	223.897,277	266.143,744	328.646,260	391.762,452	452.385,450
15 % Particip. Trabajadores	-	33.584,592	39.921,562	49.296,939	58.764,368	67.857,818
Utilidad antes de impuesto	-	190.312,685	226.222,182	279.349,321	332.998,084	384.527,633
25 % De impuesto	-	47.578,171	56.555,546	69.837,330	83.249,521	96.131,908
UTILIDAD NETA	-	142.734,514	169.666,637	209.511,991	249.748,563	288.395,725
(-) Depreciación	-	2.146,489	2.146,489	2.146,489	1.438,560	1.438,560
(-) FLUJO NETO DE EFECTIVO		434324,24	140.588,025	167.520,147	207.365,501	248.310,003

3.12.5. Indicadores financieros

Los indicadores financieros ayudan a verificar la viabilidad del proyecto, en este sentido se conocerá si implementar una filial de producción en Perú para la comercialización del producto es viable para ello es necesario considerar los indicadores VAN Y TIR que son los más utilizados en el aspecto económico para conocer la rentabilidad del proyecto de inversión por lo que se describe a continuación;

Tabla 82. Indicadores financieros

		INDICADORES				
PERIODO	AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DESCONTADO	SALDO ACTUALIZADO ACUMULADO	
	0	2022	-434.324,24	1,00	-434.324,24	-434.324,24
	1	2023	140.588,02	1,09	128.743,61	-305.580,62
	2	2024	167.520,15	1,19	140.482,35	-165.098,27
	3	2025	207.365,50	1,30	159.246,02	-5.852,25
	4	2026	248.310,00	1,42	174.623,89	168.771,64
	5	2027	286.957,16	1,55	184.800,81	353.572,46

Sumatoria F.E	787.896,69
Inversión inicial	-434.324,24
VAN	353.572,46
TIR	33%
Periodo de Recuperación	3,04 3 años

Fuente: Entrevista, 2023

Con el objetivo de determinar la factibilidad que presenta el proyecto, se desarrolla la fase analítica en los indicadores financieros, los cuales permiten establecer un panorama del comportamiento en el que los resultados obtenidos revelan que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$353.572,46 siendo este el monto de la oportunidad mediante la inversión. De la misma manera, la Tasa Interna de Retorno (TIR) revela el porcentaje que se obtendrá de manera periódica de acuerdo a su inversión siendo aproximadamente en un 33% en un periodo de recuperación de 3 años.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1 Resultado de la entrevista aplicada a la empresa MiraFruits

La entrevista aplicada al Ing. Andrés Reina administrador de la planta de empaque y comercialización ubicada en el sector las Parcelas cantón Mira. Le empresa se dedica al acopio, clasificación y empaquetado de aguacate. Para la realización de la presente investigación se tomo es consideración su producto estrella como es el aguacate en variedad hass, el mismo que es producido en el sector.

La empresa Mirafruits empieza sus actividades de exportación en el año 2018, pero cuenta con experiencia por más de 40 años ya que su matriz se encuentra en Colombia y una sucursal en Marbella – España. Además, cabe mencionar que Mirafruits es una empresa altamente calificada y con experiencia en exportación de aguacate hacia el mercado europeo.

El personal de la empresa es limitado debido a que la contratación se la realiza por temporada la misma que se encuentra entre los meses de julio a septiembre, fecha en la cual se requiere de mano de obra altamente calificada para la recepción, clasificación y empaquetado del producto. La administración de la planta está a cargo del Ing. Andrés Reina el mismo que se encuentra en constante seguimiento de los procesos que se dan en la empresa.

La empresa Mirafruits es un centro de acopio de aguacate, es decir, que esta empresa no realiza el proceso de producción, solo se encarga de recopilar aguacate de variedad hass dentro y fuera de la provincia del Carchi, para ello la empresa cuenta con proveedores fieles que se encargan de entregar el aguacate para su clasificación, además la empresa realiza el seguimiento de los cultivos con personal profesional en el tema.

Mirafruits cuenta con dos certificaciones a nivel internacional las mismas que le han permitido exportar sus productos a diferentes países, dentro de las certificaciones están GLOBALG.A.P., productor individual con múltiples aplazamientos y como productor garantizado en estándares de calidad del aguacate.

En la actualidad la empresa cuenta con una plan altamente calificada y equipada para la recepción, selección y empaquetado del aguacate, la capacidad de almacenamiento asciende a las 60 toneladas de abastecimiento listos para la exportación a diferentes países.

El precio de venta del aguacate Hass en el mercado nacional depende del distribuidor cabe recalcar que el aguacate de exportación es de primera calidad. Ya que en la actualidad se ha logrado exportar más de 20 contenedores con su destino final Reino Unido, Alemania, Francia, China y Rusia. Es importante tomar en cuenta que la temporada de cosecha del aguacate está comprendida entre junio a septiembre, ya que esta fruta es estacionaria.

El año con más ventas para la empresa fue el año 2020 en el cual se plateo como objetivo la exportación de 100 toneladas teniendo resultados satisfactorios la misma se dio a principios de año, luego con la pandemia de covid-19 se obstaculizo la movilización del transporte, pero las actividades no pararon.

La empresa Mirafruits cuenta con 92 proveedores de diversas provincias del Ecuador dedicadas a la producción de aguacate hass, pero la mayor producción se encuentra en el cantón Mira, en donde la empresa tiene su propia planta, el proceso de producción es sencillo, primeramente se cuenta con un grupo de ingenieros capacitados para llevar el control de toda la producción los mismos que se encargan del seguimiento conjuntamente con los proveedores quienes tienen la responsabilidad de suministrar abono, cuidado y manejo de la planta para evitar que plagas puedan acabar con la producción, una vez obtenido un producto listo para su cosecha es trasladado a la planta para su respectiva selección y clasificación, posterior a esto se realiza el empaquetado y etiquetado correspondiente para luego ser colocado en gavetas y paletizado, una vez realizado este proceso llega el transporte que se encargara de llevar el productos hasta el puerto de Guayaquil para iniciar el proceso de exportación hasta el país destino.

4.1.2 Resultado de la entrevista aplicada en ProEcuador

La producción total de aguacate oscila a las 200 hectáreas cultivadas en la provincia del Carchi, la gran mayoría de esta producción se encuentra en el cantón Mira, actualmente se está expandiendo esta producción en la zona de San Vicente de Pusir el mismo que cuenta con un clima caliente apto para una correcta cosecha de aguacate en variedad hass,

Los países potenciales para la exportación de aguacate son España, Francia, Holanda y Estados Unidos, entre los principales, estos son países que sus principales consumidores optan por un aguacate de variedad Hass, ya que este se considera exquisito por su color y sabor.

Proecuador brinda asesoramiento a aquellas microempresas que una vez consolidadas desean exportar sus productos, se les facilita toda la información requerida para este proceso, así como la explicación de requisitos previo a la capacitación brindada al equipo de trabajo, se realiza también mesas de trabajo en las asociaciones y la participación de diferentes ferias en las que los microempresarios puedan dar a conocer sus productos. La mejor manera de ingresar al mercado internacional es la exportación la misma que permite comercializar diversos productos y hacerlos conocer en diferentes países que requieran los mismos. Las ventajas de este modelo de estrategia es el costo mínimo y el hecho de que requiere la menor experiencia y como desventaja es el menor control sobre la distribución del producto y menos ganancias en comparación con otros modelos de entrada.

El aguacate hass al ser un muy demandado en el mercado nacional como internacional abre caminos para que empresas dedicadas a su producción puedan expandirse de una manera rápida y segura, este es un producto requerido para salud, cosmetología y alimentaria por lo cual el mercado es muy amplio, dentro de la Zona 1 comprendida por las provincias (Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Sucumbíos) este producto presenta ventajas competitivas por su textura y sabor permitiendo que dentro de estas provincias la producción de aguacate Hass sea mayor debido a su diverso clima y la posición geográfica lo que permite obtener un producto único.

El medio de distribución internacional más recomendable para la exportación de aguacate Hass es el transporte marítimo ya que su costo es menor en relación al transporte aéreo, el incoterm recomendado es FOB y EXW. Para transportar este producto hacia Estados Unidos es recomendable el medio marítimo ya que este producto no es perecible y se considera su estadio para el consumo.

En la actualidad no existe un limitante para la exportación de este producto, sin embargo, la empresa debe regirse a la normativa exigida por cada uno de los países a los cuales decida exportar este producto. Una de las mejores maneras para posicionarse en el mercado internacional son las ferias internacionales ya que en estos recintos se puede dar a conocer el

producto, características y el comprador puede apreciar con sus propios ojos lo que va a negociar.

Las sanciones vienen dadas dependiendo el tipo de infracción cometida por el exportador, para ello se debe tomar en cuenta el reglamento que rige en el SENA. Podemos decir que la pandemia no afectó ni paralizó la producción agrícola de la provincia porque se dio el seguimiento constante de cada cultivo, como es el caso del aguacate el MAG se encargó de un minucioso control del mismo.

4.1.3 Resultado de la entrevista aplicada en MAG

El aguacate hass tiene mucha importancia comercial que ha entrado en auge en los últimos años, para los agricultores ha resultado muy conveniente la producción de aguacate hass debido a su alta rentabilidad en el mercado, el tiempo de producción del aguacate es de dos años y seis meses luego de ser plantado ya que antes de esto la planta debe pasar por lo menos 10 meses en proceso de adaptación, luego de haber transcurrido el tiempo establecido está listo para su cosecha. Las características que debe presentar el aguacate hass se la establece en la ficha técnica del mismo, entre más principales tenemos peso, color, forma y textura del mismo, debe ser cosechado con pedúnculo y no tener afectación de plagas.

En la actualidad existen algunas variedades, entre el más común tenemos el aguacate nacional el mismo que ya se ha ido perdiendo por la falta de consumo y porque los agricultores han optado por la siembra de otras variedades como es la variedad fuerte que es de comercialización nacional y de tipo hass que este ya viene a ser un producto de exportación, estos dos tipos son los más comercializados en el país.

Las plagas más comunes en los cultivos de aguacate son el gusano enrollador de la hoja en el mismo que ataca a las puntas de las hojas comiéndoselas y evitando su desarrollo, otra plaga es el trips el mismo que raspa la flor y el fruto presenta alteraciones en su cáscara (tipo caracha) dando de baja a la exportación del mismo, otra son los ácaros que atacan a los follajes y no permiten el desarrollo del cultivo y como enfermedad existe la muerte descendente del árbol.

El principal requisito que debe presentar el aguacate para su comercialización es las buenas prácticas agrícolas, también conocidas como BPA esta es una certificación otorgada por Agro

Calidad al manejo del cultivo en tema de producción, estas BPA esta homologadas con Global Gap la cual es una certificación a nivel de la Unión Europea y Norte América.

A nivel del Ecuador se desarrolló proyectos de incentivos forestales en el que se promovía la siembra de aguacate y el estado remuneraba el 70% de inversión a cada agricultor, lamentablemente en la provincia del Carchi este proyecto no se lo desarrollo por la falta de conocimiento del sector para la producción de esta variedad de aguacate, ya que en su idiosincrasia la variedad fuerte es la más comercializada en el sector.

Toda actividad agropecuaria genera impacto ambiental ya sea positivo o negativo, en este caso es un impacto positivo ya que se removerá el suelo para la siembra de una planta la misma que se enraizará dando sostenibilidad a una planta la cual dará frutos para el consumo humano. El MAG brinda asistencia y acompañamiento técnico para el manejo del cultivo de aguacate hass, fuerte o nacional, además hace conexión con Ban Ecuador para que los agricultores puedan acceder un crédito para producción a bajo interés y con facilidades de pago, además se realiza la entrega de kits subsidiados para aguacate. Los productores deben inscribirse con el técnico de territorio para adquirir este beneficio.

La industrialización del aguacate si genera más fuentes de trabajo ya que a mayor demanda los agricultores se inclinan a sembrar más el producto y al momento de la cosecha se necesita de recursos humanos para cubrir con la demanda existente. El MAG es un sector estratégico que siempre está al contacto de los productores, en tiempo de pandemia se creó nexos para que los productores pueden vender sus productos y comercializarlo a nivel nacional.

4.1.4 Resultado de la encuesta aplicada a la población del estado de Florida Estados Unidos

Resultado de la encuesta aplicada a los consumidores del estado de Florida Estados Unidos. La encuesta se realizó en el idioma inglés, aplicado a los consumidores del estado de Florida de forma anónima. Se obtuvo los siguientes datos, los encuestados se encuentra en un rango de edades de 35-45 años correspondiente al 37 %, un 23,5% personas de 25-35, también se aprecia un 22,2% en el que se encuentran personas mayores de 45 años y finalmente un 17,3% participantes en una edad de 15-25. En los resultados sobre el género se obtiene un 51,2% para mujeres y un 48,8% para hombres.

¿Usted a consumido aguacate?

Sobre el consumo de aguacate el 99,4% si consume el producto, siendo muy positivo dentro de la investigación, mientras que el 0,6% correspondiente a una persona no consume.

¿Con qué frecuencia consume aguacate?

En la pregunta sobre la frecuencia con la que consumen el aguacate, diariamente lo consume el 10,5% de los encuestados, un valor más representativo tenemos en el consumo semanal con un 58% y un porcentaje más bajo se obtiene en el consumo mensual que representa al 31,5% del total, con estos porcentajes podemos determinar que el consumo de aguacate en el estado de la Florida existe un gran número de consumidores de este producto.

¿Qué tipo de aguacate es de su elección?

Al preguntar qué tipo de aguacate prefieren consumir el total de los encuestados respondieron que prefieren al aguacate de variedad hass con un porcentaje del 76,5% y el resto de los encuestados prefieren el tipo florida con 23,5%, con los datos obtenidos se determinó que el aguacate de variedad hass es muy apetecido en el mercado internacional por su sabor y textura del mismo, convirtiéndose en una característica específica al momento del consumo.

¿Qué utilidad le da al aguacate?

Dentro de la pregunta sobre la utilidad que le dan al aguacate el 95,1% respondieron que lo utilizan para el consumo y gastronomía, 3,1% lo utiliza con fines medicinales y el 1,9% utiliza el aguacate en tratamientos de cosmetología y derivados. Se concluye que el producto a exportar está dirigido para el público que lo utiliza para la alimentación y fines gastronómicos.

¿Al momento de comprar aguacate en qué lugar lo hace?

En la pregunta sobre la adquisición del aguacate los encuestados respondieron en un 48,1% lo adquiere en tiendas, el 27,8% lo compran en otras localidades y el 24,1% lo adquiere en el supermercado. La venta y distribución de aguacate se realiza en varios puntos de venta facilitando la adquisición del consumidor.

¿Qué es lo que usted más aprecia al momento de adquirir el aguacate?

La mayoría de los encuestados se inclina por la calidad del producto representando al 86,4% del total, mientras que el 9,3% se fija en el precio del producto y finalmente el 4,3% se basa en la variedad del producto para su adquisición y posterior consumo. Dentro de este grupo de consumidores se determina un perfil exigente el mismo que opta por adquirir un producto de calidad.

El aguacate que usted consume es:

En la siguiente pregunta sobre el origen del aguacate a ser consumido por la población encuestada la mayoría se inclina por un producto importado representando al 99,4% del total. Esto significa que el producto a ser exportado tiene una gran acogida en el mercado estadounidense, generando mayor rentabilidad y posicionamiento para la empresa MiraFruits.

¿Le gustaría adquirir aguacate ecuatoriano variedad Hass?

Se obtuvo una respuesta positiva ya que el 92,6% del total de los encuestados si le gustaría adquirir aguacate ecuatoriano de tipo hass, mientras que un porcentaje poco representativo 7,4% no optaría por tal consumo. Se logro determinar que los consumidores siempre buscan un aguacate de calidad el mismo que cuente con certificaciones de calidad para garantizar su consumo dentro del territorio.

¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por la libra de aguacate hass?

Referente a el precio que estaría dispuesto a pagar por la presentación en kilogramos el aguacate respondieron 90,7% se inclinan por un precio de \$1,25-\$2,00 en su mayoría, 9,3% un precio de \$2,00-\$2,50 y por un precio de \$2,50-\$3,00 el resultado fue el 0%. Se determino el precio del producto en relación a la competencia considerando el lugar de origen del producto y la variedad que se comercializa en los supermercados.

Finalmente se preguntó sobre ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer de la existencia de aguacate ecuatoriano?

El 75,9% prefiere el uso de redes sociales, 13,6% prefiere obtener información por medio de la televisión, 8,6% opta por otras fuentes y el 1,9% elige el uso de revistas. Por tal motivo el comercio electrónico hoy en día juega un papel muy importante al momento de comercializar un producto influyendo en el perfil del consumidor.

4.2. DISCUSIÓN

El presente trabajo investigativo se apoya en la teoría de la ventaja comparativa formulada por David Ricardo que plantea en la especialización de productos a bajo costo obteniendo ventaja de la situación geográfica del país donde es producido, el aguacate es una fruta altamente deseada y utilizada en las gastronomías de todos los países, la empresa Mira Fruits se ubica en Carchi, el clima es propicio para la producción y cosecha de aguacate de alta calidad, las condiciones geográficas son aprovechadas por los productores para generar valor y disminuir los costos de producción. La teoría de la ventaja competitiva formulada por Michael Porter ayudo a determinar las fortalezas del producto en un escenario internacional y reformular estrategias competitivas para garantizar la permanencia en el mercado a largo plazo.

La nueva teoría del comercio internacional planteada por Paul Krugman aborda el concepto de las economías a escala, desarrolla un modelo productivo donde se incrementa la producción y baja los costos, la empresa busca desarrollar un plan productivo mediante la adquisición de maquinaria especializada en empaque, etiquetado y cosecha, le permitirá disminuir los costos de producción y precio final en el mercado local e internacional.

En total se analizaron diez antecedentes investigativos, uno de ellos es la investigación realizada por Moran Quinto Angelica Del Pilar, titulada: Plan de negocio para la comercialización de aguacate hass hacia el mercado canadiense. Plantea que el principal competidor es México con una oferta del 45,95% manifiestan que el mercado canadiense es similar al de Estados Unidos ya que comparten costumbres, tradiciones y recetas donde es empleado el aguacate, plantean que el desarrollo de estrategias de marketing y de marca será fundamental para el ingreso al mercado. El desarrollo de estrategias de penetración de mercado, dar valor agregado al aguacate o diseñando nuevo empaque para distribuirlo, ayudara a diferenciar y captar nuevos clientes que buscan este tipo de producto.

El del mercado de aguacate ha crecido considerablemente en los últimos años, entre los principales importadores de este producto son: Estados Unidos con un crecimiento de 1.89%, seguido por Países Bajos con 5.88% y 6.92%. Los principales competidores son México y Perú que abarcan con un 60% de la oferta mundial de aguacate, en especial México conocido por su uso en su gastronomía. La empresa Mira Fruits presenta un aguacate fresco de gran tamaño totalmente orgánico con altos estándares de calidad con sabor suave y cremoso capaz de competir con los mejores del mundo. Analizado los datos estadísticos y evaluando los factores políticos, comerciales, económicos, sociales y geográficos con una puntuación de 1.28, Estados

Unidos presenta las condiciones idóneas para la exportación definitiva, especialmente por los nuevos tratados firmados entre Ecuador y Estados Unidos que busca el impulso económico de las áreas agroindustriales. El mercado americano representa para Ecuador el 30.15% de las exportaciones ecuatorianas, es el principal destino de productos ecuatorianos después de China y Europa.

Para segmentar el mercado estadounidense se toma en cuenta la realidad social, política, psicográfica y comportamiento de la sociedad, dando como resultado el estado de Florida por ser el principal centro de negocios y desarrollo empresarial del sur de Estados Unidos, es el estado con mayor afluencia de latinoamericanos y extranjeros debido a su calidad de vida y prosperidad en negocios, este representa gran oportunidad de negocio para el aguacate de la empresa Mira Fruits ya que le permitirá desarrollar estrategias de diferenciación. El estado de Florida registra importaciones de 1.213.412.000 kg en el 2022 y se estima que crezca en los próximos años un 5.48%.

Estados Unidos tiene altas barreras de entrada para productos alimenticios, la FDA es el ente regulador que se encarga de regularizar los permisos fitosanitarios y requerimientos técnicos para este tipo de productos, en el caso del aguacate se requiere el cumplimiento de etiquetado y certificación fitosanitaria de buenas prácticas de manufacturas. El departamento de agricultura de los Estados Unidos se encarga de inspeccionar las semillas, plantas, frutas y vegetales, se inspecciona el no uso de químicos en cultivos y cosecha de este tipo de productos.

La producción de la empresa Mira Fruits es de 318.684 kg y según las proyecciones de los próximos cinco años el incremento será de 6.53% aproximadamente 466.490 kg en cada año, si bien la producción no es suficiente para cubrir parte de la demanda insatisfecha del estado de Florida, esto se debe a la amplia demanda del producto en el mismo. Para garantizar la incursión en el mercado destino se analizó la realidad interna y externa de la empresa donde resalta la experiencia y líder en la venta de fruta fresca en el sector, se necesita fortalecer la inversión en adquisición de nueva maquinaria especializada en empaque y acondicionamiento del producto, de igual forma la empresa requiere de un plan de marketing para diversificar la información del mensaje que quiere transmitir a sus clientes locales e internacionales, esto le ayudara a conectarse con el consumidor y desarrollar un seguimiento continuo de los gustos y preferencias de los clientes.

La empresa posee certificación Global G.A.P la y cual garantiza la alta calidad de productos agrícolas, este tiene alcance internacional haciendo altamente competitivo el producto de la empresa. La empresa comercializa su producto en gavetas plásticas de 10 kilos y empaque de cartón de 4.5 kilos, el tamaño dependerá del pedido de cada cliente. La exportación del producto se la realizara por modo marítimo DDP un cubicaje de 96 cajas por pallet un total de 4800 unidades y utilidad referencial del 30% y tiempo estimado de llegada a destino de 6 días y 6 horas.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Al término de la fase investigativa, los resultados obtenidos previo al minucioso análisis de diversos; conceptos, indicadores, modelos algebraicos, así como teorías plasmadas por autores en el contexto del comercio exterior permiten la determinación de una alternativa de mercado en el exterior para la transacción comercial del aguacate Hass desde la empresa MiraFruits Cia. Ltda. cantón Mira, provincia del Carchi.
- Es vital considerar que, en términos económicos la internacionalización de bienes es una de las actividades que permite la diversificación y desarrollo de la población anteriormente citada “Mira-Carchi-Ecuador”. Por lo que, el presente trabajo se enfocó en diseñar, analizar y obtener resultados favorecedores para el traslado de la oferta exportable ecuatoriano al nicho que demuestra un ambiente propicio.
- En función a diversos resultados de los modelos e indicadores analizados, se definen que el mercado norteamericano exactamente en el Estado de Florida, es el nicho objetivo para la comercialización. Para asimilar este segmento de mercado se basa de los resultados obtenidos en la ponderación de la matriz POAM, en el que el resultado entre Países Bajos, Chile y Estados Unidos, el mercado americano presenta mayor oportunidad y amenaza en menor escala.
- De la misma manera, previo a conocer el mercado objetivo, se constata que el comportamiento comercial tiende a figurarse con un resultado favorecedor, tal como muestra el modelo de regresión lineal en el contexto de consumo mediante las importaciones realizadas. Por lo que se prevé que para el año 2027 el comercio asciende a 1.568.065.900 KG considerando que en el último año de análisis “2022” las importaciones fueron de 1.286.129.500 KG, por lo que, se consensua una perspectiva favorable, por otro lado, al contraste con el coeficiente de determinación o $R^2=0,925\approx 90$, es decir, un 90% de factibilidad dentro del mercado mencionado. Otro de los indicadores que permite objetivar el nicho americano es el CNA “consumo nacional aparente de USA”, puesto que, la relatividad del crecimiento en el consumo planteado con la regresión lineal y el CNA, para el año 2027 el consumo se figura en un 1.521.846.946,2 KG de aguacate Hass, a este requerimiento o demanda, la empresa MiraFruits Cia. Ltda solventa con el 2,753%.

- Al determinar cifras que propicia a la oferta de la empresa ecuatoriana en cuestión, se realiza también la trazabilidad mediante el estudio técnico considerando factores logísticos, financieros, políticos entre otros, en el que se asume lo siguiente; el desplazamiento del aguacate hass al mercado americano por embarco, en el que se constituye aproximadamente, 96 cajas de 12x4, “4800 unidades” por vía marítima tendrá un costo de \$ 10059.75 cuyo valor negociado bajo el incoterm DDP, por lo que su valor unitario en el mercado extranjero será de \$ 2.10 obteniendo una utilidad del 30%.
- El factor externo a superar en el desarrollo del desplazamiento de la mercancía es el contexto logístico, debido a que es un producto perecible, por lo tanto, la manipulación y el traslado son bajo condiciones estrictas de conservación, por un periodo de 6 días y 6 horas desde el puerto de origen hacia su destino “puerto Guayaquil-puerto Miami”. Por lo tanto, para asumir esta realidad comercial la empresa MiraFruits Cia. Ltda deberá realizar una inversión de \$ 67549.00 para fortalecer sus operaciones de producción y comercialización puesto que es necesario dotar de maquinaria e infraestructura, cabe resaltar que la empresa es un centro de acopio.
- En contraste con los resultados establecidos en la investigación, el Ing. Andrés Reina administrador de MiraFruits Cia. Ltda plantea que la factibilidad de la oferta en el mercado extranjero se subyace también de los años de experiencia que franquea la empresa, puesto que actualmente comercializa en el mercado europeo exactamente en España-Marvella, es decir, para la empresa incursionarse en un mercado externo no es un argumento indiferente.
- En retrospectiva, los resultados establecidos en la presente investigación incitan a acoger lo que plantea David Ricardo en la teoría de la ventaja comparativa, la empresa demuestra solvencia y capacidad de desenvolvimiento en un mercado extranjero, por lo que, especializarse u optimar en sus operaciones de comercialización en este caso con el aguacate hass es una decisión asertiva, considerando que los resultados obtenidos señalan una factibilidad positiva.

5.2. RECOMENDACIONES

- En función a los resultados obtenidos, es de prioridad plantear alternativas que suplan a deficiencias e interrogantes en el contexto de la internacionalización para el comercio del aguacate de la variedad Hass de origen ecuatoriano ubicado en el cantón Mira de la provincia del Carchi.
- Por lo tanto, en futuros proyectos de exportación de un producto no tradicional, se recomienda una búsqueda prolija de un nicho propicio. Actualmente, diversas aseveraciones plantean que los mercados tradicionales o aquellos socios comerciales habituales carecen de acogida a nuevos productos, sin embargo, las estadísticas con respecto al crecimiento de la población muestran que las cifras son ascendentes o tiende a expandirse, por lo que, las necesidades de demanda son mayores.
- En vista que, las necesidades aumentan y los recursos tienden a limitarse, el factor optimo y eficaz debe ser adoptado por la empresa MiraFruits haciendo énfasis en su desenvolvimiento logístico, puesto que, al tratarse de un producto perecible y muy vulnerable a la manipulación, debe tecnificar y adaptar un proceso muy riguroso y especial en la cosecha y empaquetado, debido a que la fase de traslado del origen a su destino tiene aproximadamente 6 días y 6 horas. Esto quiere decir que, la etapa de madurez para su dispendio tiene una corta brecha, por lo que, el objetivo es llegar al cliente en la etapa de consumo y en las mejores condiciones.
- Por otro lado, se ha constatado que la empresa en cuestión se constituye como un centro acopio, es decir que, depende de productores externos para el abastecimiento de la materia prima. Es decir que, de cierta forma se enajena al proceso de la producción, por lo que, se expone a dos aspectos importantes como son; desabastecimiento de materia, desconocimiento a la producción de calidad. Por lo tanto, es propicio fortalecer su área de producción para dotar de materia prima eludiendo el desabastecimiento.
- En el contexto de fortalecimiento, la empresa MiraFruits aparte de fortificar su infraestructura, así como en las gestiones estratégicas de comercio que permite desplazarse a otros mercados del mundo. También es importante realizar nuevas diligencias en búsqueda de más alternativas que condescienda acaparar nichos no explorados, considerando que existen países con quienes Ecuador tiene acuerdos comerciales en el que la entrada a nuevos productos son actividades de prioridad como el caso del acuerdo comercial multipartes Ecuador con la Unión Europea.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu. (2014). Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A1756.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A1756.9(3)195-204.pdf)
- Álvarez, Ó. (24 de septiembre de 2018). *MERCADOS & TENDENCIAS*. Obtenido de <https://revistamyt.com/david-ricardo-la-ventaja-comparativa-en-el-comercio-internacional/>
- Agreda, L., & Alcívar, A. (2017). *Estudio Y Aplicación De Estrategias De Internacionalización De Hojuelas De Quinua Orgánica*. Recuperado de <file:///D:/LIBRO/ESTUDIO-Y-APLICACION-DE-ESTRATEGIAS-DE-INTERNACIONALIZACION.pdf>.
- Aliatuniversidades. (2021). *Estrategia transnacional*. Recuperado de <https://aliatuniversidades.com.mx/blog/index.php/estrategia-transnacional/>
- Álvarez , E., & Myro, R. (2018). *Universidad de Valladolid* . Recuperado de https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/158art08.pdf
- BCE. (2016). *Teorías del comercio internacional*. Recuperado de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- *Constitucion de la República del Ecuador*. (2019). Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador
- Constitución de la República del Ecuador. (2011). *Sección quinta Intercambios económicos y comercio justo artículo 337*. Constitución de la República del Ecuador
- Constitución del Ecuador. (2008). *Relaciones Internacionales/ capítulo primero*. Recuperado de Artículo 416.
- Constitución del Ecuador. (2008). *Sección quinta; Intercambios económicos y comercio justo*. Recuperado de Artículo 336
- Constitución del Ecuador. (2008). *Sección séptima; política comercial*. Recuperado de Artículo 306

- COPCI. (2018). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- COPCI. (2018). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- ECONOMÍA. (2010). Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productoservicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman.>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.
- Hernandez-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.
- Kotler, P. (2021). *dircomfidencial*. Obtenido de Diccionario de Marketing: <https://dircomfidencial.com/diccionario/que-es-el-ciclo-de-vida-del-producto-y-que-estrategia-seguir-en-cada-etapa-20210420-1428/>
- LaVanguardia. (2018). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180614/3433/aguacate-fruta-propiedades-como-saber-si-esta-maduro-elegirlo-en-su-punto.html>
- LaVanguardia. (2021). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180614/3433/aguacate-fruta-propiedades-como-saber-si-esta-maduro-elegirlo-en-su-punto.html>
- Leyva, L. (2019). Obtenido de <https://www.tuberculos.org/papa-patata/>
- MABIA. (2020). Obtenido de <https://www.mabia.es/que-son-los-mercados-alternativos/#:~:text=Los%20%20E2%80%9CMercados%20Alternativos%20%20son%20bolsas,capitales%20d%C3%B3nde%20cotizan%20acciones%20empresariales.&text=Los%20modelos%20de%20los%20negocios,representados%20en%20los%20>
- Mata, L. (2019). Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Nanot. (2020). Obtenido de <https://internacionalmente.com/comercio-internacional/786->
- OMC. (2020). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/news_s/pres20_s/pr862_s.htm

- Portal Datos macro. (2022). Población de Estados Unidos. Recuperado de:
<https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/paises-bajos>
- Porter, M. (2007). Obtenido de
<https://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/documents/ventaja%20competitiva.pdf>
- Quiroa, M. (2018). Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/globalizacion.html>
- Sánchez, J. Z., & Martínez Aldana, C. (2008). PAUL KRUGMAN. En *Paul Krugman y el nuevo comercio internacional* (pág. 74). Bogotá .
- Thompson, I. (2015). *PromonegocioS.net*. Obtenido de
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html#:~:text=Pa>
[ra%20Philip%20Kotler%2C%20Gary%20Armstrong,de%20intercambio%22%20%5B5%5D.](https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html#:~:text=Pa)
- Trading economics. (2022). Tasa de empleo Chile. Recuperado de:
<https://tradingeconomics.com/germany/indicators>

V. ANEXOS

Anexo I: Acta de sustentación de pre-defensa



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ACTA

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

ESTUDIANTE:	Aguirre Palma Antonella Tamara	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401882220
PERIODO ACADÉMICO:	2023B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. Willington Gerardo Mera Rodríguez	DOCENTE TUTOR:	MSC. Milena del Rocío Gutiérrez Villarreal
DOCENTE:	MSC. Julio Iván López Cadena		
TEMA DEL TIC:	"Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate hass de la empresa MiraFruits Cia. Ltda. del cantón Mira, provincia del Carchi."		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7,00	
3	METODOLOGÍA	7,00	
4	RESULTADOS	7,00	Ajustar en función a los requerimientos del tribunal. Revisar la tabla de la oferta exportable, ajustar los países de destino, propone procesos innovadores para la empresa para la comercialización Internacional.
5	DISCUSIÓN	7,00	Ajustar en relación a las observaciones del tribunal.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7,00	Ajustar en relación a las observaciones del tribunal.
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,00	

Obteniendo una nota de: **7,30** Por lo tanto, **APRUEBA** : debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 18 de octubre de 2023**


MSC. Willington Gerardo Mera Rodríguez
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. Milena del Rocío Gutiérrez Villarreal
DOCENTE TUTOR


MSC. Julio Iván López Cadena
DOCENTE



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

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Aguirre Palma Antonella Tamara

Fecha de recepción del abstract: 26 de octubre de 2023

Fecha de entrega del informe: 26 de octubre de 2023

El presente Informe validará la traducción del Idioma español al Inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

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

Observaciones:

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

Atentamente



Edison Peñañiel Arcos
EDISON PEÑAFIEL ARCOS
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Mira 15 de junio, 2021

Sr. Lorenzo Villa

Gerente Propietario

EMPRESA MIRAFRUTTS CIA. LTDA.

Presenta -

De mis consideraciones

Por medio de la presente me dirijo hacia usted con la finalidad de solicitarle de la manera más atenta se me permita realizar la investigación de mi trabajo de titulación en las instalaciones de la Empresa MIRAFRUTTS Cía., Ltda., con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass de la empresa MIRAFRUTTS Cía., Ltda., cantón Mira, provincia del Carchi", la misma que ayudara a la diversificación del producto y acceso a nuevas oportunidades de mercado de la empresa; así mismo, solicito se me otorgue la información que sea necesaria para la sustentación del trabajo de investigación, la misma que será utilizada con fines académicos.

Atentamente,



Antonella Tamara Aguirre Palma

CC: 0401882220

ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Mira 21 de junio, 2021

Msc. Beatriz Realpe

Directora de la Carrera de Comercio Exterior

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Presente.-

De mis consideraciones

Por medio de la presente la Empresa MIRAFRUITTS Cía., Ltda., muestra el deseo de colaborar con la investigación de la señorita Aguirre Palma Antonella Tamara, con cédula de identidad No. 0401882220, estudiante de la carrera de Comercio Exterior de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass de la empresa MIRAFRUITTS Cía., Ltda., cantón Mira, provincia del Carchi", la misma que ayudara a la diversificación del producto y acceso a nuevas oportunidades de mercado de nuestra empresa; así mismo, me comprometo a otorgar la información que sea necesaria para la sustentación del trabajo de investigación y también pido que la información obtenida por parte de la empresa sea confidencial.

Atentamente,



MIRA FRUITTS
CALITA
RUC: 1091701286001
Telf.: 06 2260 002
D/o: Mira Un Perseas



Oficio Nro. UPEC-FCII-2022-0142-OF.

Tulcán, 27 de julio de 2022

Asunto: Solicitud de información para desarrollar Trabajo de Integración Curricular a MUÑOZ (CE)

Señor Ingeniero
Andrés Reina
GERENTE GENERAL EMPRESA MIRAFRUITTS CIA. LTDA.
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a la señorita AGUIRRE PALMA ANTONELLA TAMARA portadora de la cédula de ciudadanía n° 0401882220, estudiante egresada de la Carrera de Comercio Exterior; a realizar entrevistas y obtener información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass de la empresa Mirafruits cantón Mira, provincia del Carchi". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

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

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Mgs. Jairo Ricardo Chavez Rosero
DECANO FCIAEE

Copia:
Señora Magister
Ofelia Beatriz Realpe Delgado
Directora de la Carrera de Comercio Exterior



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,
INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Proyecto de Investigación

Objetivo: Recopilar información sobre la parte interna de la empresa y los procesos de producción del aguacate.

Nombre del entrevistado: Andrés Reina

Empresa a la que pertenece: Mirafruits Cía. Ltda.

Cargo que desempeña: Administrador

Correo electrónico: administracion@mirafruits.com

1. ¿Con cuántos años de experiencia cuenta la empresa?

Mirafruits empieza sus actividades en el 2018, cuenta con experiencia por más de 40 años con su matriz en Colombia

2. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa y cuáles son los cargos que desempeñan?

El personal de la empresa es limitado ya que la contratación se lo realiza por temporada la misma que se encuentra en los meses de julio a septiembre

3. ¿Cuál es el proceso de producción del aguacate Hass?

La empresa es un centro de acopio, presenta proveedores que entregan a producción en la planta para su clasificación y empaquetado para la exportación

4. ¿Cuáles son las certificaciones que tiene la empresa en la producción y comercialización de aguacate hass?

La empresa cuenta con la certificación GLOBAL GAP productor individual con múltiples aplazamiento

5. ¿Cuál es la capacidad de producción de aguacate de la empresa Mirafruits?

Tiene una capacidad mayor a 60 toneladas

6. ¿Cuál es el precio de venta por unidad del aguacate?

El precio de venta depende del distribuidor, cabe resaltar que el aguacate de exportación es calidad premium.

7. ¿Cuántos kilogramos vende de aguacate al año o por temporada?

En la actualidad se ha logrado exportar 400 toneladas, 20 contenedores.

8. ¿Cuál ha sido el año más rentable en la venta de aguacate hass?

El año más rentable fue el 2020 en el cual se exportó 100 toneladas.

9. La venta de aguacate de la empresa es nacional o internacional. ¿Cuáles son sus principales destinos?

Se realiza una clasificación basada en estándares que se deben cumplir al mercado internacional, el sobrante se lo comercializa localmente o a supermercados.

10. ¿Cuál es el proceso de distribución del aguacate hass?

Se recibe el producto en Marafuits, se realiza la selección clasificación, empaquetado, paletizado para posterior traslado al puerto de Guayaquil para exportar.

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma:

CI: 040175713-3



Oficio Nro. UPEC-FCII-2022-0142-OF.

Tulcán, 27 de julio de 2022

Asunto: Solicitud de información para desarrollar Trabajo de Integración Curricular à MUÑOZ (CE)

Señor Ingeniero
Oscar Alejandro Ruano Orellana
Especialista Zonal
MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a la señorita AGUIRRE PALMA ANTONELLA TAMARA portadora de la cédula de ciudadanía n° 0401882220, estudiante egresada de la Carrera de Comercio Exterior; a realizar entrevistas y obtener información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass de la empresa Mirafruits cantón Mira, provincia del Carchi". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digna dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Mgs. Jairo Ricardo Chavez Rosero
DECANO FCIAEE



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,
INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Proyecto de Investigación

Nombre del entrevistado: *Oscar Ruano*

Cargo que desempeña: *Especialista Zonal*

Correo electrónico: *oruanoo@produccion.gob.ec*

1. ¿Conoce usted la producción total de aguacate en la provincia del Carchi?

*La producción total de aguacate oscila a las 200 hectáreas
cultivadas en la provincia del Carchi, la gran mayoría se encuentra
en el cantón Mira*

2. ¿Según su criterio que países considera como mercados potenciales para la exportación de aguacate hass?

*Los mercados potenciales para la exportación de aguacate
son España, Francia, Holanda y Estados Unidos*

3. ¿De qué manera apoya Pro Ecuador a las pequeña y medianas empresas para comercializar productos agrícolas?

*Pro Ecuador brinda asesoramiento a microempresas que
quieran empezar a exportar sus productos, dando a cono-
cer todo el proceso que este conlleva*

4. ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de entrada a un mercado internacional?

*Mejor manera de ingreso al mercado internacional es la
exportación lo mismo que permite comercializar diversos
productos permitiendo que otros países los conozcan*

5. ¿Dentro de la Zona 1 cuales son las ventajas competitivas que presenta la comercialización de aguacate hass?

*Las ventajas de este modelo es el costo mínimo y el
hecho que requiere la menor experiencia para el cultivo
de aguacate*

6. ¿Cuál sería el medio de transporte mas recomendable para la exportación de aguacate hacia Estados Unidos?

El medio de distribución internacional más recomendable para la exportación de aguacate es modo marítimo por los costos y de preferencia incoterm FOB y EXW

7. ¿Cuáles serían los limitantes que pueden surgir al momento de comercializar aguacate al mercado internacional?

En la actualidad no existe un límite para la exportación de este producto, la empresa debe basarse a la normativa exigida por cada uno de los países por su comercialización

8. ¿Cuál sería la mejor estrategia para posicionarse en el mercado internacional?

Una de las mejores maneras para posicionarse en el mercado internacional son los ferias internacionales, en las cuales se debe conocer el producto

9. ¿Cuáles son las sanciones si el exportador no cumple con los requisitos establecido para la comercialización de aguacate hass?

Las sanciones vienen dadas dependiendo el tipo de infracción cometida por el exportador, basándose en el reglamento regido por el SENA

10. ¿Según su criterio como cree que afecto la pandemia del covid-19 a la comercialización de aguacate hass?

La pandemia no paralizó ni afecto a la producción agrícola de la provincia porque se brinda el seguimiento a cada cultivo y se busca la manera de comercializar los mismos

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma: 
CI: 700942376



Oficio Nro. UPEC-FCII-2022-0143-OF.

Tulcán, 27 de julio de 2022

Asunto: Solicitud de información para desarrollar Trabajo de Integración Curricular a AGUIRRE (CE)

Señor Ingeniero
Segundo Alexander Reina Puenayan
Director Distrital Carchi
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a la señorita AGUIRRE PALMA ANTONELLA TAMARA portadora de la cédula de ciudadanía n° 0401882220, estudiante egresada de la Carrera de Comercio Exterior; a realizar entrevistas y obtener información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de aguacate Hass de la empresa Mirafruits cantón Mira, provincia del Carchi". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digna dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Mgs. Jairo Ricardo Chavez Rosero
DECANO FCIAEE



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,
INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Proyecto de Investigación

Nombre del entrevistado: Ing. Carlos Toca-ponta

Cargo que desempeña:

Correo electrónico:

1. ¿Cómo es el proceso de producción de aguacate hass (tiempo y cosecha)?

El aguacate tiene mucha importancia comercial, el tiempo de producción es de dos años y seis meses y para adaptación 10 meses, producción anual

2. ¿Cuáles son las características que debe presentar el aguacate para ser exportado?

Las características se establecen en la ficha técnica, en los que se considera peso, color, forma y textura

3. ¿Cuántas variedades de aguacate existen en Ecuador y cual es la más comercializada?

Existen algunas variedades entre los más comunes tenemos el aguacate nacional, variedad fuerte y hass que es de exportación

4. ¿Cuáles son las plagas que podrían afectar a los cultivos de aguacate hass?

Las plagas más comunes son el gusano enrollador de la hoja el mismo que evita el desarrollo de la flor, otro plaga es el trips el mismo que roza la flor y el fruto

5. ¿Qué requisitos sanitarios debe presentar el aguacate para su comercialización?

El principal requisito para la comercialización de aguacate son los BPA (buenas prácticas agrícolas), esta certificación la otorga agro calidad

6. ¿Existen proyectos del MAG que han potencializado la producción de aguacate hass en la provincia?

A nivel del Ecuador se desarrolló proyectos de inversión...
fomentados en el que se promovía la siembra de aguacate y...
el estado remuneraba el 70% de inversión

7. ¿Considera usted que el cultivo de aguacate presenta impacto ambiental?

Todo actividad agropecuaria genera impacto ambiental...
no es positivo o negativo en este caso es positivo ya...
que se removerá el suelo para la siembra de una planta

8. ¿Como apoya el MAG a la producción del sector agrícola?

El MAG brinda asistencia y acompañamiento técnico para...
el manejo del cultivo de aguacate hass fuerte orgánico...
además tiene conexión con BANCUADOR para acceder a créditos

9. ¿Considera usted que la industrialización del aguacate permite el incremento de fuentes de trabajo en la zona?

Genera más fuentes de trabajo ya que a mayor de...
manda los agricultores se involucran a sembrar más el...
producto

10. ¿En el tiempo de pandemia como apoyo el MAG al sector agrícola?

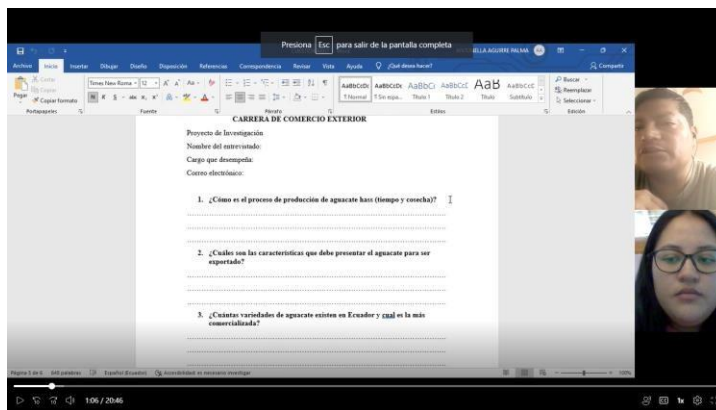
En la pandemia se creó nexos para que los productores...
puedan vender sus productos y comercializarlos a...
nivel nacional

¡Gracias por su gentil colaboración!

Firma:

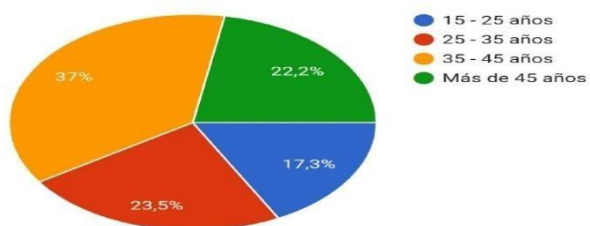
CI:

Entrevistas aplicadas

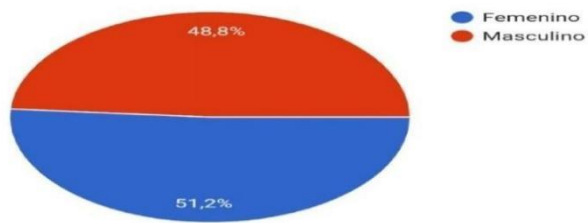


Anexo 11: Encuesta aplicada

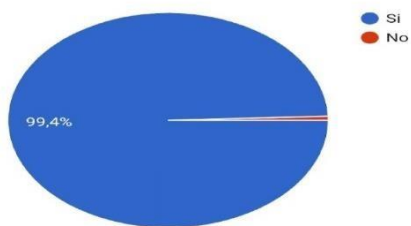
1.- Age



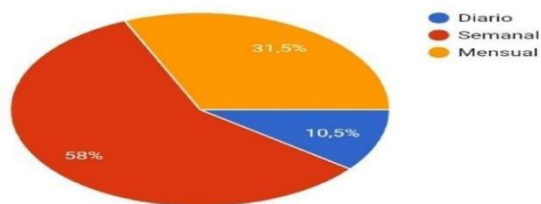
2.- Gender



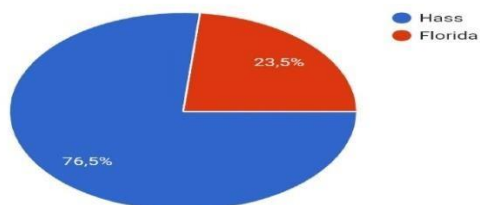
3.- Have you eaten avocado?



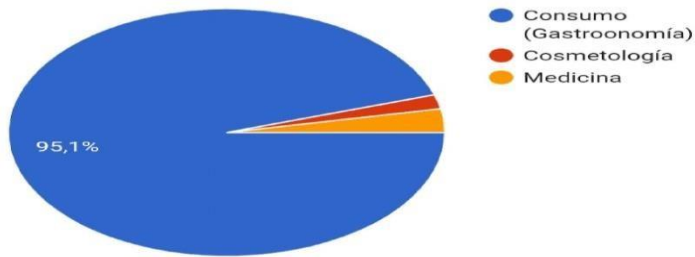
4.- How often do you eat avocado?



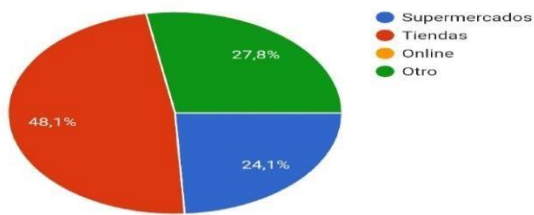
5.- What type of avocado is your choice?



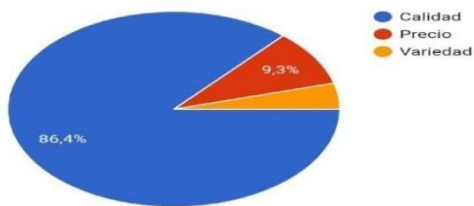
6.- How useful is avocado?



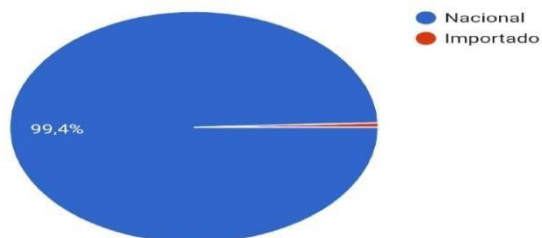
7.- When you buy avocado, where do you do it?



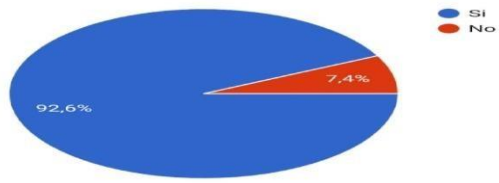
8.- What do you appreciate the most when buying an avocado?



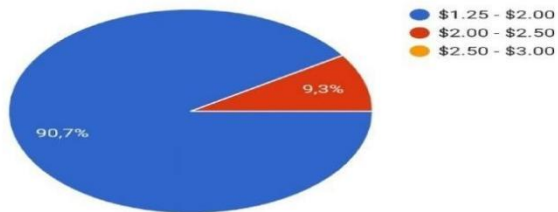
9.- The avocado that you consume is:



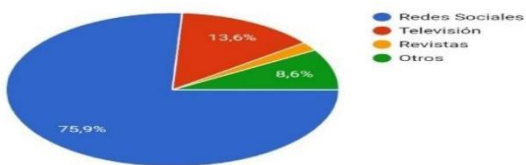
10.- Would you like to buy an Ecuadorian Hass variety avocado?



11.- What value would you be willing to pay for a pound of Hass avocado?



12.- Through which advertising medium would you like to know about the existence of Ecuadorian avocado?



Anexo 12: Amortización

CRÉDITO TOTAL	ENTIDAD	TIPO DE CREDITO	TASA DE INTERÉS	PLAZO	CUOTAS
150.000	Ban Ecuador	Activos fijos	11%	48	26742,1
Año	Interés	Pago a fin de año	Pago principal	Deuda después del pago	
0				200.000	
1	5500,00	26742,06	21242,06	178757,94	
2	4915,84	26742,06	21826,22	156931,73	
3	4315,62	26742,06	22426,44	134505,29	
4	3698,90	26742,06	23043,16	111462,13	
	18430,36	106968,24	88537,87		