

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Tema: “Estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón  
Pimampiro y la comercialización”**

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

AUTORES: Chamorro Grijalva Fatima Monserrath

Fueltala Narváez Stalin Fernando

TUTOR: Ph.D. Gustavo Terán

Tulcán, 2024

## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que los estudiantes Chamorro Grijalva Fatima Monserrath y Fweltala Narváz Stalin Fernando con el número de cédula 1050121100 y 0401876743 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización"

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

---

**PhD. GUSTAVO TERAN**

**TUTOR**

Tulcán, abril de 2024

## AUTORÍA DE TRABAJO

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

Nosotros, Chamorro Grijalva Fatima Monserrath y Fueftala Narváez Stalin Fernando con cédula de identidad número 105012100 y 0401876743 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.

FatimaCh.



---

Chamorro Grijalva Fatima Monserrath

**AUTORA**

---

Fueftala Narváez Stalin Fernando

**AUTOR**

Tulcán, abril de 2024

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

Nosotros Chamorro Grijalva Fatima Monserrath y Fweltala Narváez Stalin Fernando declaramos ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Chamorro Grijalva Fatima Monserrath

**AUTORA**



---

Fweltala Narváez Stalin Fernando

**AUTOR**

Tulcán, abril de 2024

## **AGRADECIMIENTO**

En la realización de esta tesis, deseamos expresar nuestro más sincero agradecimiento a nuestros padre y abuelos por su amor, apoyo incondicional, y por ser una fuente constante de inspiración y motivación. Su aliento y sacrificio han sido fundamentales en nuestro camino académico y profesional. Agradecemos profundamente todo el amor, orientación y valores que nos han inculcado a lo largo de los años. Sin su apoyo y aliento constante, este logro no habría sido posible.

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por brindarnos un ambiente acogedor que hemos llegado a considerar como nuestro segundo hogar. En este espacio, no solo hemos adquirido conocimientos académicos, sino que también hemos sido imbuidos con valores fundamentales que han enriquecido nuestra vida profesional y personal.

En particular, deseamos extender nuestro reconocimiento al constante apoyo brindado por nuestro tutor, PhD. Gustavo Terán. Su orientación y guía han sido fundamentales para la realización de esta investigación.

Asimismo, queremos agradecer sinceramente a nuestros apreciados docentes: Msc. Lorena Ruano, Msc. Julio López y Msc. Milena Gutiérrez. Su dedicación al compartir sus conocimientos y valores con nosotros ha sido invaluable. Nos solo nos han preparado para enfrentar desafíos en el ámbito laboral, sino que también nos han dotado de herramientas fundamentales para la vida cotidiana.

Nos sentimos profundamente agradecidos por haber tenido la oportunidad de formarnos en esta institución y por el impacto positivo que ha tenido en nuestras vidas.

## DEDICATORIA

Yo Stalin, dedico este trabajo de investigación a mis padres Edison y Dora por ser mi apoyo principal para poder salir adelante en cada meta que me eh propuesto.

A mis abuelos por motivarme y aconsejarme siempre a ser una mejor persona inculcándome valores e impulsándome a ser mejor cada día.

Y a todas esas personas que fueron parte de este proceso que con mucho esfuerzo y dedicación lo he conseguido.

Yo Fátima Chamorro dedico este trabajo de investigación a mi mamá Daniela Grijalva que es un pilar importante para mi vida, es una mujer luchadora que ha tenido que trabajar por mí y por mi hermana, por superar todos los obstáculos que ha tenido en su vida, ella es mi ejemplo para seguir, su amor y apoyo incondicional fue mi mayor inspiración para este trayecto académico.

A mi papá Rodolfo Chamorro, que es mi héroe, siempre está cuando más lo necesito apoyándome y aconsejando en todo momento, él es un gran ejemplo de que hay que seguir adelante a pesar de los retos que te ponga la vida.

A mi hermana Lizzy que es mi compañera de aventuras, risas y mi confidente, siempre ha estado a mi lado dándome su apoyo y amor, para seguir adelante, a pesar de nuestras diferencias y discusiones ella es mi todo, siempre hemos sido ella y yo contra todo.

A mis abuelitas Lupita y Malulis cuya sabiduría y amor que me han dado ha sido esencial para culminar este camino académico.

A mi abuelito Bayardito que desde el cielo me está acompañando en este logro académico, gracias a él por sus enseñanzas y valores que me inculcó.

A Christian Aguirre que ha sido un gran apoyo para nuestras vidas, gracias a su apoyo y consejos que me inculca para seguir adelante.

Al amor más grande de mi vida Woody, que desde que llegó a mi vida ha sido mi fiel compañero de cuatro patas, el cual ha estado conmigo alegrándome la vida con cada locura, a pesar de no poder decir ni una sola palabra él lo sabe todo, gracias por darme fuerza en mis peores momentos.

Con mucho cariño y gratitud dedico este logro académico a todas las personas que han estado a mi lado dando su amor y apoyo incondicional.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	15
<b>ABSTRACT</b> .....	16
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	17
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	19
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	19
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	20
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	20
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	21
1.4.1. Objetivo General.....	21
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	21
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	22
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	22
2.1.1. Antecedente 1 – artículo de investigación.....	22
2.1.2. Antecedente 2 – artículo de investigación.....	23
2.1.3. Antecedente 3 – artículo de investigación.....	24
2.1.4. Antecedente 4 – artículo de investigación.....	24
2.1.5. Antecedente 5 – artículo de investigación.....	25
2.1.6. Antecedente 6 – artículo de investigación.....	26
2.1.7. Antecedente 7 – tesis.....	27
2.1.8. Antecedente 8 – tesis.....	28
2.1.9. Antecedente 9 – tesis.....	29
2.1.10. Antecedente 10 – tesis. ....	30
2.1.11. Antecedente 11 – tesis. ....	30
2.1.12. Antecedente 12 – tesis. ....	31

2.1.13. Antecedente 13 – tesis.....	32
2.1.14. Antecedente 14 – tesis.....	33
2.1.15. Antecedente 15 – tesis.....	34
2.1.16. Antecedente 16 – tesis.....	35
<b>2.2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>35</b>
2.2.1. Teoría de la ventaja comparativa.....	35
2.2.2. La nueva teoría del comercio internacional.....	36
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>38</b>
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>38</b>
3.1.1. Enfoque.....	38
3.1.2. Tipo de Investigación .....	39
<b>3.2. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>40</b>
<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....</b>	<b>41</b>
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....</b>	<b>42</b>
<b>3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....</b>	<b>43</b>
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1. RESULTADOS.....</b>	<b>45</b>
4.1.1. Clasificación arancelaria.....	46
4.1.2. Análisis de la demanda internacional.....	48
4.1.3. Análisis de arancel.....	50
4.1.4. Selección de países para estudio de mercado.....	52
4.1.5. Indicadores Sociales.....	54
4.1.6. Indicadores Políticos.....	57
4.1.7. Indicadores Económicos.....	61
4.1.8. Indicadores macroeconómicos.....	63
4.1.9. Matriz cualitativa por puntos.....	64
4.1.11. Demanda insatisfecha.....	69
4.1.12. Segmentación de mercado.....	72

4.1.13. Estudio Técnico .....	86
4.1.14 Estudio Financiero .....	90
<b>4.2. DISCUSIÓN .....</b>	<b>110</b>
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>114</b>
<b>5.1. CONCLUSIONES .....</b>	<b>114</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>115</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>116</b>
<b>VII. ANEXOS.....</b>	<b>122</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable independiente .....	41
Tabla 2. Variable dependiente .....	41
Tabla 3. Datos de las frutas que se producen en Pimampiro .....	45
Tabla 4. Clasificación arancelaria del aguacate .....	46
Tabla 5. Clasificación arancelaria de la uvilla.....	47
Tabla 6. Clasificación arancelaria del taxo .....	47
Tabla 7. Top 10 de países importadores de aguacate en miles de dólares.....	48
Tabla 8. Top 10 de países importadores de uvilla en miles de dólares.....	49
Tabla 9. Top 10 de países importadores de taxo en miles de dólares.....	50
Tabla 10. Arancel para la nacionalización del aguacate .....	50
Tabla 11. Arancel para la nacionalización de uvilla .....	51
Tabla 12. Arancel para la nacionalización del taxo .....	52
Tabla 13. Selección de países para estudio de mercado del aguacate .....	52
Tabla 14. Selección de países para estudio de mercado de uvilla .....	53
Tabla 15. Selección de países para estudio de mercado del taxo .....	54
Tabla 16. Población de los países consumidores de aguacate .....	54
Tabla 17. Perfil de los países consumidores de aguacate.....	55
Tabla 18. Población países consumidor de uvilla .....	55
Tabla 19. Perfil de los países consumidores de uvilla .....	56
Tabla 20. Población países consumidor de taxo.....	56
Tabla 21. Perfil de los países consumidores de taxo .....	57
Tabla 22. Acuerdos comerciales vigentes con los países consumidores de aguacate .....	57
Tabla 23. Acuerdos comerciales vigentes con los países consumidores de uvilla .....	58
Tabla 24. Acuerdos comerciales vigentes con los países consumidores de taxo .....	58
Tabla 25. Indicadores políticos de países consumidores de aguacate .....	59
Tabla 26. Indicadores políticos de países consumidores de uvilla .....	59
Tabla 27. Indicadores políticos de países consumidores de taxo .....	59
Tabla 28. Tributos de los países consumidores de aguacate .....	60
Tabla 29. Tributos de los países consumidores de uvilla .....	60
Tabla 30. Tributos de los países consumidores de taxo .....	61
Tabla 31. Saldo comercial de los países consumidores de aguacate .....	61

Tabla 32. Saldo comercial de los países consumidores de uvilla .....	62
Tabla 33. Saldo comercial de los países consumidores de taxo .....	62
Tabla 34. Indicadores económicos de los países consumidores de aguacate .....	63
Tabla 35. Indicadores económicos de los países consumidores de uvilla .....	63
Tabla 36. Indicadores económicos de los países consumidores de taxo .....	64
Tabla 37. Calificaciones para la matriz cualitativa por puntos.....	64
Tabla 38. Matriz cualitativa por puntos del aguacate.....	65
Tabla 39. Matriz cualitativa por puntos de la uvilla.....	66
Tabla 40. Matriz cualitativa por puntos del taxo .....	67
Tabla 41. Demanda insatisfecha del aguacate .....	69
Tabla 42. Demanda insatisfecha de la uvilla .....	70
Tabla 43. Demanda insatisfecha del taxo .....	71
Tabla 44. Población de la ciudad Haya.....	73
Tabla 45. Requisitos de Agrocalidad para exportación de aguacate .....	74
Tabla 46. Fases de internacionalización .....	75
Tabla 47. Fases de internacionalización Aguacate .....	76
Tabla 48. Estrategias de internacionalización para el aguacate .....	77
Tabla 49. Población del estado de Hesse .....	79
Tabla 50. Requisitos de Agrocalidad para exportación de uvilla .....	80
Tabla 51. Fases de internacionalización Uvilla.....	80
Tabla 52. Estrategias de internacionalización para la uvilla.....	81
Tabla 53. Población de la ciudad Güeldres .....	83
Tabla 54. Requisitos de Agrocalidad para exportación de taxo .....	84
Tabla 55. Fases de internacionalización Taxo.....	84
Tabla 56. Estrategias de internacionalización para el taxo.....	85
Tabla 57. Proceso de producción .....	87
Tabla 58. Principales funciones de la asociación .....	89
Tabla 59. Calculo materia prima del aguacate .....	90
Tabla 60. Calculo materia prima de la uvilla .....	91
Tabla 61. Cálculos materia prima del taxo .....	92
Tabla 62. Proyección de producción del aguacate .....	93
Tabla 63. Proyección de producción de la uvilla .....	93
Tabla 64. Proyección de producción del taxo.....	94
Tabla 65. Proyección de empleados del aguacate, uvilla y taxo.....	94

Tabla 66. Insumos de producción del aguacate.....	94
Tabla 67. Insumos de producción de la uvilla .....	95
Tabla 68. Insumos de producción del taxo .....	95
Tabla 69. Estado de resultados .....	96
Tabla 70. Cálculo de la deuda .....	96
Tabla 71. Inversión Inicial.....	97
Tabla 72. Estructura de financiamiento .....	97
Tabla 73. Costo Capital Promedio Ponderado .....	97
Tabla 74. Indicadores financieros .....	98
Tabla 75. Cubicaje .....	98
Tabla 76. Cubicaje por peso .....	99
Tabla 77. Distribución física internacional .....	99
Tabla 78. Incoterms.....	99
Tabla 79. Estado de resultados .....	100
Tabla 80. Cálculo de la deuda .....	101
Tabla 81. Inversión inicial.....	101
Tabla 82. Estructura de financiamiento .....	102
Tabla 83. Costo Capital Promedio Ponderado .....	102
Tabla 84. Indicadores financieros .....	102
Tabla 85. Cubicaje .....	103
Tabla 86. Cubicaje por peso .....	103
Tabla 87. Distribución física internacional .....	104
Tabla 88. Incoterms.....	104
Tabla 89. Estudio de resultados.....	105
Tabla 90. Cálculo de la deuda .....	106
Tabla 91. Inversión inicial.....	106
Tabla 92. Estructura de financiamiento .....	106
Tabla 93. Costo Capital Promedio Ponderado .....	107
Tabla 94. Indicadores financieros .....	107
Tabla 95. Cubicaje .....	108
Tabla 96. Cubicaje por peso .....	108
Tabla 97. Distribución física internacional .....	108
Tabla 98. Incoterms.....	109

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis estadístico.....	44
Figura 2. Segmentación de mercado para el aguacate .....	72
Figura 3. Segmentación de mercado para la exportación de aguacate.....	72
Figura 4. Ubicación del comprador de aguacate .....	73
Figura 5. Segmentación de mercado de la uvilla .....	78
Figura 6. Segmentación de mercado para la exportación de uvilla .....	78
Figura 7. Ubicación del comprador de uvilla .....	79
Figura 8. Segmentación de mercado para el taxo.....	82
Figura 9. Segmentación de mercado para la exportación de taxo .....	82
Figura 10. Ubicación del comprador de taxo .....	83
Figura 11. Franquicia JUMBO.....	86
Figura 12. Macro localización del vendedor .....	86
Figura 13. Micro localización del vendedor.....	88
Figura 14. Requisitos para Estructura de la planta .....	89
Figura 15. Estructura organizativa.....	89

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de la Predefensa del TIC.....	122
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	124
Anexo 3. Oficio por parte de la Universidad dirigida a la asociación.....	126
Anexo 4. Aceptación por parte de la asociación.....	127
Anexo 5. Entrevista a la asociación .....	128

Anexo 6. Evidencia de los cultivos fotografías .....	129
Anexo 7. Tabla detallada de los costos de producción del aguacate.....	135
Anexo 8. Tabla detallada de los costos de producción de la uvilla.....	136
Anexo 9. Tabla detallada de los costos de producción del taxo .....	136
Anexo 10. Requisitos para exportar aguacate AGROCALIDAD.....	136
Anexo 11. Requisitos para exportar uvilla AGROCALIDAD .....	136
Anexo 12. Requisitos para exportar taxo AGROCALIDAD .....	137
Anexo 13. Otro posible comprador de aguacate. ....	137
Anexo 14. Otro posible comprador de uvilla.....	138
Anexo 15. Otro posible comprador de taxo.....	138
Anexo 16. Formulas utilizadas para el estudio financiero .....	139
Anexo 17. Empaque del aguacate .....	139
Anexo 18. Empaque de la uvilla .....	140
Anexo 19. Empaque del taxo.....	140
Anexo 20. Reunión con Exdirector administrativo del Municipio de Pimampiro.....	141

## RESUMEN

La investigación se centra en evaluar las estrategias de internacionalización y comercialización del sector frutícola en el cantón Pimampiro, mediante estudios de mercado, técnico y financiero, así como entrevistas con la compañía San Juan Amarantes. Los resultados destacan a Países Bajos como el destino óptimo para la exportación de aguacate y taxo, mientras que Alemania es el país más conveniente para la uvilla, según la matriz cualitativa por puntos, la demanda insatisfecha y consideraciones socioeconómicas. El crecimiento del mercado de Países Bajos es notable, con consumo per cápita 3,55 kg de aguacate y 0,41 kg de taxo en el 2023, Alemania tiene consumo per cápita 0,30 kg de uvilla en el 2023, lo que sugiere oportunidades de penetración para la compañía, que podría abarcar el 0,31% y 0,83% del mercado de Países Bajos para el aguacate y taxo, para la uvilla el 0,59% del mercado alemán. Se plantea un estudio equivalente de las estrategias de internacionalización de los tres productos que tiene el proceso de exportación directa, indirecta, piggy back, joint venture y franquicia, basado en las capacidades de la compañía, evaluadas en entrevistas y diferenciando las posibilidades de cumplimiento de cada estrategia en los flujogramas de procesos. El estudio financiero indica la factibilidad de exportación directa para el aguacate y la uvilla, con Tasas Internas de Retorno (TIR) del 39% y 43% respectivamente y en periodos de recobro de inversión de 3 años y 8 meses para ambos productos. En el caso del taxo la estrategia de franquicia es viable con TIR 15%, valor actual neto (VAN) 193,411 USD y un tiempo de recobro de inversión de 4 años y 6 meses. Los resultados financieros respaldan la implementación de estas estrategias, con valores netos y costos beneficio que muestran la rentabilidad de los productos en los mercados internacionales.

**Palabras Claves:** Comercialización, Internacionalización, estudio de mercado, técnico y financiero.

## ABSTRACT

The research focuses on evaluating the internationalization and marketing strategies of the fruit sector in the Pimampiro canton. For this purpose, market, technical and financial studies are used, as well as interviews with the company San Juan Amarantes. The results highlight the Netherlands as the optimal destination for avocado and banana passionfruit exports, while Germany is the most convenient country for the gooseberry, according to the qualitative dot-based matrix, unsatisfied demand, and socioeconomic considerations. The growth of the Netherlands market is remarkable, with a per capita consumption of 3.55 kg of avocado and 0.41 kg of banana passionfruit in 2023. On the other hand, Germany recorded a per capita consumption of 0.30 kg of gooseberries in the same year, suggesting possibilities for the company to enter the market. This could cover 0.31% and 0.83% of the Dutch market for avocado and banana passionfruit, respectively, and 0.59% of the German market for gooseberry. An equivalent study of the internationalization strategies of the three products is proposed, considering the process of direct export, indirect, piggyback, joint venture, and franchise. This is based on the company's capabilities, evaluated in interviews, and differentiating the possibilities of compliance of each strategy in the process flowcharts. The financial study indicates the feasibility of direct exports for avocados and gooseberries, with Internal Rates of Return (IRR) of 39% and 43% respectively, and investment recovery periods of 3 years and 8 months for both products. In the case of banana passionfruit, the franchise strategy is viable, with an IRR of 15%, a net present value (NPV) of 193,411 USD and an investment recovery time of 4 years and 6 months. The financial results support the implementation of these strategies, showing net values and cost-benefits that demonstrate the profitability of the products in international markets.

**Keywords:** Marketing, Internationalization, market, technical and financial study

## INTRODUCCIÓN

La investigación se enfoca en establecer una estrategia de comercialización en los mercados internacionales, el aguacate, uvilla y taxo son producidos en el cantón Pimampiro comunidad la Armenia, el cual pertenece a la provincia de Imbabura, para la investigación se ejecuta una investigación de mercado, técnico y financiero, por lo que se plantea una metodología de investigación con enfoque mixto.

El capítulo uno se aborda el problema, analizando sus causas y efectos, justificación la relevancia de la indagación y estableciendo objetivos.

En el capítulo dos, se presenta el marco teórico, donde se buscan antecedentes de investigaciones que aborden temas relacionados con las estrategias de internacionalización de frutas y la comercialización, lo que proporcionara información valiosa para desarrollar la metodología y los instrumentos de investigación.

El capítulo tres detalla la forma de investigación, que combina orientaciones cualitativos y cuantitativos, de tipo descriptivo y de acción y las herramientas incluyen entrevistas y recopilación de información secundaria de sitios web pertinentes.

El capítulo cuatro exhibe los resultados de la investigación, comenzando con las estrategias de internacionalización, que evalúan la exportación directa, indirecta, piggy back, joint Venture y franquicia, la identificación de países de destino con mayores oportunidades para la comercialización de aguacate, uvilla y taxo, seguido de un estudio técnico que evalúa la capacidad de producción y finalizando con el estudio financiero, que calcula indicadores de sensibilidad como la Tasa Interna de Retorno (TIR). Para determinar las estrategias de internacionalización de los tres productos en estudio, se efectúa una tabla de correlación de factores influyentes y dependientes de las diferentes estrategias, su calificación se basa en factores ponderados, el que mejor resultado numérico tenga será el mejor mocionado para cada producto en estudio, todo depende de las capacidades de la empresa que se mide con los flujos gramas de procesos de cada estrategia de internacionalización.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones dirigidas a los productores de Pimampiro, con el objetivo de mejorar su economía y la comercialización, ofreciendo estrategias de internacionalización para la venta de los productos frutícolas antes mencionados.

## **I. EL PROBLEMA**

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

La globalización es un problema presente en toda la era historia industrial, ha propiciado adelantos significativos en países menos desarrollados mediante relaciones comerciales que abren oportunidades en diversos sectores, siendo el comercio uno de los más destacados. No obstante, se observa que algunos países enfrentan desafíos para industrializarse plenamente debido a la carencia de tecnología adecuada. En respuesta a esta limitación, estos países optan por proveer materias primas sin procesar, buscando así participar en la cadena global de suministro. Este enfoque les permite contribuir al mercado internacional, aunque no estén completamente industrializados, y aprovechar la demanda de recursos naturales no procesados en la economía mundial. Se reconoce que la falta de procesamiento industrial puede limitar el valor agregado en la cadena productiva de los países.

El comercio mundial ha sufrido una reducción del 14% en su intercambio comercial, según la CEPAL (2016) son varios los factores que en un horizonte a corto plazo se pretenden una recuperación a través de las estrategias de internacionalización de las empresas, la industrialización, la crisis financiera y las restricciones de varios países con lleva a la necesidad de no solo exportar productos, al contrario estimular el protagonismo de la comercialización ya sea desde el exterior o interior del mercado meta. Según Sánchez (2022), la internacionalización está limitada por la falta de estudios de mercados, la nulidad de los deleites y distinciones y la cultura de los negocios son el principal motivo para expandir el mercado de bienes y servicios.

Según Christian Wladimir Aguirre Cardenas, Ex director administrativo del municipio de Pimampiro, manifiesta que el sector productivo para el año 2023 va creciendo, pero requiere expandir su comercialización a mercados internacionales, existen muchos productores sin conocimientos de cómo aplicar estrategias de internacionalización, su desconocimiento puede ser desafortunado para las

empresas de la parroquia de Pimampiro, muchas de ellas podrían fracasar en la competitividad internacional, se requiere de investigación y capacitación para los productores.

Según GAD Pimampiro (2023), se encuentran establecidas alrededor de 5 compañías de agricultores, esto gracias a la diversidad de sus pisos climáticos y geografía. Esta zona tiene un gran potencial para ingresar al mercado internacional, sin embargo, carecen de estrategias de comercialización, su único enfoque es el mercado nacional, lo que puede limitar a las asociaciones un crecimiento económico.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

En este trabajo de investigación se plantea las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro, el cual es conocido por su abundante y diversa producción frutícola, contribuyendo significativamente a la economía local y regional.

El mercado global puede generar mayores ganancias para los productores frutícolas de Pimampiro y fomentar el progreso socioeconómico en la región, al mismo tiempo que diversifica también reduce la dependencia de los mercados locales, por ende, aumentaría su resistencia ante posibles cambios económicos internos.

Es importante definir un proceso para la selección de una estrategia de internacionalización, la investigación pretender analizar a través de factores influyentes y dependientes para calcular su calificación a través de factores ponderados, la investigación busca evaluar las capacidades de la empresa para poder internacionalizar sus productos por cualquier estrategia, además de ser una guía para la toma de decisiones en seleccionar una estrategia de internacionalización.

Esta investigación servirá como fuente de consulta para las personas que estén interesadas y que tengan una producción frutícola en este cantón, esta investigación se enfoca en tres frutas las cuales son las más producidas en el cantón Pimampiro, que es el aguacate, uvilla y taxo, los cuales tienen un alto contenido de vitaminas y nutrientes que ayudan a optimizar la salud.

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

##### 1.4.1. Objetivo General

Analizar las estrategias de internacionalización para el sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización.

##### 1.4.2. Objetivos Específicos

1. Fundamentar bibliográficamente las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización.
2. Diagnosticar las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización.
3. Seleccionar las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización.

##### 1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los principales productos frutícolas que se cultivan en el cantón Pimampiro?
- ¿Cuál es la oferta de los productos frutícolas del cantón Pimampiro?
- ¿Cuáles son las estrategias de internacionalización para el sector frutícola del cantón Pimampiro?
- ¿Cuál es la mejor estrategia para la comercialización de los productos frutícolas del cantón Pimampiro?
- ¿Qué mercados presentan un alto índice de demanda para los productos frutícolas del cantón Pimampiro?
- ¿Cuál es el producto frutícola con índices financieros más factibles para la comercialización?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedente 1 – artículo de investigación.

Flores, J. J. Á., Cevallos, H. V., Montealegre, V. J. G., & Romero, H. C. (2021). *Análisis de producción de aguacate en el Ecuador y su exportación a mercados internacionales en el periodo 2008 al 2018*, en la Universidad Técnica de Machala.

Según Flores, Cevallos, Montealegre y Romero (2018), el propósito de esta investigación es examinar la elaboración y exportación de aguacate en Ecuador durante el tiempo comprendido entre 2008 y 2018, así como evaluar su relevancia económica. La metodología empleada es de tipo experimental, centrándose en la compilación de datos relacionados con la producción, importaciones, exportaciones y la importancia económica de aguacate a nivel nacional. En el año 2018, las exportaciones de aguacate alcanzaron los 350 millones de dólares. El ministerio de agricultura y ganadería impulsa la producción de aguacate como un cultivo propicio para la diversificación, representando una nueva alternativa para fortalecer la economía rural. Aunque las exportaciones de aguacate experimentaron una disminución en el periodo 2011-2015 debido a factores internos y externos, en los últimos cinco años han experimentado un crecimiento constante. Este aumento ha traído a más productores, ya que la demanda mundial de aguacate crece aumentado en un 10%. El potencial competitivo de Ecuador en las exportaciones de aguacate podría incrementar significativamente en los próximos años mediante la inauguración de nuevos mercados.

El presente artículo da a nuestra investigación los aspectos sobre la conducta de las exportaciones de aguacate en un periodo en el que se pueden analizar los cambios beneficiosos o perjudiciales para seguir comercializando este producto a los mercados internacionales. Podemos analizar cuáles fueron los porcentajes de crecimiento anuales y como afecto las exportaciones de este producto a la balanza comercial del país, igual que los cambios en los requisitos del aguacate requeridos

para el ingreso a los mercados extranjeros. Nos muestra también cuál es el cultivo por hectáreas exportado entre esos periodos, lo que nos muestra la viabilidad de cumplir la demanda insatisfecha de los mercados extranjeros.

#### 2.1.2. Antecedente 2 – artículo de investigación.

Briones, V. H., Intriago, J. E., Villegas, M. F., & Vásquez, C. E. (2018). *Análisis de las exportaciones del aguacate de la zona 5 y 8 del Ecuador hacia los mercados sustentables*. Polo del conocimiento.

Según Briones, Intriago, Villegas y Vásquez (2018), este artículo tiene como propósito examinar las exportaciones de aguacate de Ecuador hacia los clientes de la Unión Europea y Rusia. En la actualidad, las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales están ganando una posición cada vez más relevante en el mercado internacional, representando el 40% del total de las exportaciones en la balanza comercial ecuatoriana. Pese a los numerosos beneficios para la salud asociados al aguacate, la población general no ha aprovechado ni comercializado debidamente este fruto. Sin embargo, se enfrenta a diversos problemas que obstaculizan el crecimiento de estas exportaciones, entre ellos, la falta de incentivos gubernamentales, el desconocimiento del comercio internacional y sistemas de producción inadecuados. La metodología utilizada es de tipo descriptiva y correlacional con un enfoque mixto, empleando entrevistas y encuestas como instrumentos. El proceso y observación de los resultados de estas herramientas permitirán identificar habilidades que contribuirán al aumento de las exportaciones de aguacate.

El artículo aporta con la creciente importancia de las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales, específicamente el aguacate, en el mercado internacional. Esta investigación nos proporciona contexto sobre cómo este sector representa el 40% de las exportaciones totales del Ecuador al igual que se identifican y abordan problemas específicos que afectan las exportaciones de aguacate, como la falta de estímulos gubernamentales, la inexperiencia del comercio internacional y procesos de producción inadecuados. Estos problemas sirven como áreas clave de enfoque para el desarrollo de estrategias de internacionalización. Esta investigación anticipa que el proceso y estudio de los resultados de las entrevistas y encuestas

revelan estrategias específicas para impulsar las exportaciones de aguacate. Estos resultados esperados ofrecen orientación práctica y aplicable para el desarrollo de estrategias de internacional.

#### 2.1.3. Antecedente 3 – artículo de investigación.

Veritrade (2020). *Frutas Ecuatorianas en Europa, ¿Como les va? Artículo científico.*

Según Veritrade (2020), Europa, Norteamérica, Japón y Corea del Sur son mercados consumidores, lo que hace atractiva la diversificación de las exportaciones ecuatorianas con productos de alto valor agregado por su alta calidad, origen, procesamiento y certificaciones ambientales. Ecuador, ubicado en ambos hemisferios, no solo compite con productores tropicales asiáticos y africanos, sino también con centroamericanos, el Ecuador puede posicionarse en Europa a pesar de la distancia, aprovechando la vía marítima y como principal medio de transporte.

Este artículo científico nos aporta a nuestra investigación por varios aspectos como es la identificación de mercados, en donde se destaca la importancia de Europa como un mercado sofisticado y natural para la diversificación de las exportaciones de frutas y ofrece oportunidades para los productores del Cantón Pimampiro, a su vez resalta la necesidad de introducir productos de calidad y con certificaciones orgánicas para poder competir en mercados exigentes como es el mercado Europeo y por último Ecuador al tener una ventaja geográfica, cuenta con variedades de productos, por ello que es un artículo que beneficiara a los productores del cantón en donde pueden aprovechar su ubicación, su clima y su suelo para competir con los otros productores tropicales que ingresan al mercado de Europa.

#### 2.1.4. Antecedente 4 – artículo de investigación.

León, N. (2023). *Impacto económico de exportación de frutas en Ecuador y su factibilidad de ingreso a mercados internacionales.* Universidad Católica de Cuenca.

Según Nely (2023) la investigación se centra en el análisis de ingreso de productos no tradicionales hacia mercado internacionales y su impacto económico en Ecuador, a su vez se utiliza una metodología descriptiva y documental. Los resultados muestran un crecimiento notable en las exportaciones de aguacate, mago, frambuesa,

granadilla, chirimoya, tomate de árbol, pitahayas, uvillas, naranjilla y papaya, y a su vez sugiere promover una política de desarrollo nacional que fomente el aumento sostenido de estas exportaciones a largo plazo.

Este artículo aporta con la importancia de las exportaciones de productos no tradicionales que son una fuente importante de ingresos para la economía ecuatoriana debido a su demanda significativa en los mercados internacionales. Esto sugiere que los productores del cantón podrían explorar la comercialización de este tipo de productos para aumentar sus ingresos y participación en el mercado internacional. También inspira a los productores para que se dediquen a producir este tipo de frutas para que puedan tener ingresos más sustentables y el cantón crezca social y económicamente. Este texto a su vez proporciona información relevante y perspectivas útiles para los productores de frutas del cantón Pimampiro al explorar estrategias de internacionalización y comercialización, destacando la importancia y el potencial de las exportaciones de productos no tradicionales.

#### 2.1.5. Antecedente 5 – artículo de investigación.

Madero, B. (2019) *Comportamiento del mercado internacional sobre el consumo de aguacate*. Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador

Según Bolívar (2019) el artículo aborda el crecimiento del consumo de aguacate en el mercado internacional, así como las tendencias en importaciones y exportaciones. Durante la última década, el consumo de aguacate ha experimentado un aumento anual promedio de cerca del 3% en países de América del Norte, Europa, China y el Sureste Asiático. Este incremento ha generado grandes oportunidades de mercado para la importación de aguacate, aunque la capacidad de producción mundial actualmente no satisface completamente esta creciente demanda. Históricamente, Estados Unidos ha sido el principal mercado para el aguacate Hass, pero en 2016 la Unión europea experimento un crecimiento del 40%, convirtiéndose en un mercado clave para los productores. A nivel mundial, el valor de las importaciones supera los USD 4.400 millones, siendo Estados Unidos responsable del 40%, (casi USD 2.000 millones), pero la Unión Europea ha superado esta cifra y actualmente adquiere el 41% de las importaciones globales del aguacate Hass.

Este artículo nos presenta una información valiosa que contribuye con datos concretos sobre el crecimiento del consumo de aguacate en diferentes regiones del mundo, lo que puede ayudar a fundamentar la importancia y la demanda del producto en el mercado internacional, al igual destaca los mercados clave donde el consumo de aguacate está en aumento, como lo es en la Unión Europea, contribuyendo a identificar nuevas oportunidades de mercado. Este artículo muestra el desafío que enfrenta la producción mundial de aguacate para satisfacer la demanda en constante crecimiento. Esta información puede respaldar la importancia de desarrollar estrategias sostenibles de producción y comercialización para satisfacer la demanda del mercado internacional.

#### 2.1.6. Antecedente 6 – artículo de investigación.

Arias F, Montoya C, & Velásquez O. (2018) *Dinámica mundial del aguacate*. Universidad Católica del norte.

Según Arias, Montoya y Velásquez (2018), el presente trabajo tiene por objeto conocer la dinámica del mercado mundial de aguacate en un escenario proyectado de tiempo. Para ello, se realizó una búsqueda sistemática de información, relacionada con los datos de producción, importaciones y exportaciones de aguacate, mediante la recopilación de bases de datos especializadas, realizando cálculos y proyecciones para conocer el comportamiento del mercado del aguacate. Se concluye que el aguacate es un frutal promisorio, con margen de crecimiento en los mercados internacionales tanto en precio como en cantidad, con margen de crecimiento en los mercados internacionales, tanto en precio como en cantidad, encontrándose, además, que el consumo per cápita aparente de este frutal tenderá a situarse en 0.85 kilogramos de consumo por persona.

Este artículo proporciona información sobre las proyecciones sobre el consumo per cápita de aguacate en diferentes regiones del mundo, lo que puede ser útil para los exportadores al planificar estrategias de entrada en nuevos mercados o al expandirse en mercados existentes, al destacar el crecimiento en mercados como Europa, el artículo proporciona información relevante para los exportadores que

buscan diversificar sus destinos de exportación o enfocar sus esfuerzos en mercados con mayor demanda y oportunidades de crecimiento.

#### 2.1.7. Antecedente 7 – tesis.

Salguero, J. (2022). *Plan de negocios para la producción y exportación de uvilla al mercado de Miami, Estados Unidos*, en la Universidad de las Américas.

Según Salguero (2020), las actuales propensiones de gasto en país desarrollados han propiciado que diversas prácticas y aspectos culturales de naciones en desarrollo destaquen y se posicionen como opciones únicas con un valor añadido distintivo para los consumidores. El presente proyecto se concentra en analizar la viabilidad económica de una empresa especializada en la producción y exportación de uvillas de origen en Ecuador y con destino el mercado de Estados Unidos. Se han identificado características económicas, sociales, políticas y tecnológicas que inciden en el desarrollo del proyecto, tanto en el ámbito ecuatoriano como en el estadounidense. A pesar de ello, las variables favorables sugieren que el entorno en el que se propone llevar a cabo el proyecto es propicio para obtener resultados positivos y que la empresa pueda ser rentable a largo plazo.

La información indica que el plan tiene una aceptación en el mercado objetivo, existe una demanda insatisfecha de los consumidores que buscan opciones sanas en su alimentación. Se observa que el negocio puede brindar un producto con cualidades exóticas en un mercado que busca este bien. Los efectos financieros obtenidos son favorables, asegurando la rentabilidad del proyecto viable, con la posibilidad de invertir y obtener resultados positivos con el corto y mediano plazo.

La presente tesis aporta a nuestra investigación ya que destaca la influencia de las tendencias de consumo en países desarrollados, proporcionando una base sólida para entender como estas tendencias pueden afectar la comercialización y exportación de productos, en este caso, las uvillas desde Ecuador hacia Estados Unidos, también nos aporta con un análisis detallado sobre la rentabilidad de la empresa centrada en la producción y exportación de uvillas. Al igual que nos proporciona análisis de los factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos en

el desarrollo de la comercialización y producción mostrando las falencias internas del Ecuador.

#### 2.1.8. Antecedente 8 – tesis.

Mejía, G. (2022). *La demanda de uvilla en mercados internacionales y su comercialización desde la Asociación de Producción Agropecuaria Pakta Purishunchi de San Pablo del Lago (CAMINEMOS JUNTOS) "ASOPROPAKPUR" Otavalo-Ecuador*, en la Universidad Politécnica del Carchi.

Según Mejía (2019) , La investigación posee como objetivo establecer la demanda de uvilla en clientes internacionales, para facilitar su mercadeo desde la Asociación ASOPROPAKPUR ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. Se aprovecharon la demanda de los productos saludables por sus propiedades nutricionales que tienen en el mundo. Para identificar el mercado más idóneo, se tomaron en cálculo políticos, socioeconómicos y geográficos, así como la demanda de los principales consumidores y competidores del producto. Se identificó a Alemania, España y Holanda como los mayores importadores de uvilla ecuatoriana.

La metodología del proyecto se basó en cálculos cualitativo y cuantitativo, describiendo hechos observados en la sociedad y en los países objetivos. Se recolecto información mediante técnicas como la observación, entrevistas y encuestas, las cuales proporcionaron datos relevantes para el desarrollo de la investigación.

Esta investigación proporciona información sobre los principales competidores y consumidores del producto frutica en el mercado internacional. Este análisis puede ayudar a entender las dinámicas competitivas y las preferencias de los consumidores, a su vez la metodología utilizada cuenta con técnicas como la observación y entrevistas que pueden servir como modelo para el estudio y por último identifica los mercados internacionales específicos que tiene una alta demanda de productos frutícolas, lo que puede ser relevante para las estrategias de internalización de productos frutícolas.

### 2.1.9. Antecedente 9 – tesis.

Kaiser R, A., Tumbaco L. L., (2022). *Exportación de taxo amarillo al mercado de Bélgica*, en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Según Kaiser y Tumbaco (2022), las exportaciones no petroleras rescatan un papel fundamental en la generación de ingresos en Ecuador, contribuyendo significativamente a la economía local y ofreciendo numerosas oportunidades de empleo para los ecuatorianos.

El taxo o conocido como curuba es un fruto endémico de ciertas regiones del Ecuador, sin embargo, al exportar este producto meno reconocido, se abre una posibilidad de introducir otros frutos con sabores y texturas agradables que son considerados exóticos en otros mercados.

Las exportaciones son una vía importante para que un país sea examinado por la calidad y el sabor de sus productos. Ecuador se ha destacado en la región por sus exportaciones no petroleras, lo que indica un cambio de crecimiento en la economía.

Los estudios de mercado han sido una fuente importante ya que se observa una demanda insatisfecha de taxo, especialmente en Bélgica, donde se valoran las propiedades que tiene esta fruta. Esto representa una oportunidad para ampliar la gama de productos agrícolas no tradicionales en las exportaciones, fortaleciendo un vínculo comercial con los demás países.

Esta investigación aporta una perspectiva diferente ya que el taxo, es un fruto poco conocido nacionalmente pero muy demandado en mercados como Bélgica, por ser una fruta de calidad y con un sabor único y exótico su vez subraya que las exportaciones de este fruto pueden ser una herramienta para que Ecuador sea reconocido por la calidad y diversidad de sus productos también menciona la oportunidad de fortalecer los lazos comerciales con otros países a través de la exportación de productos agrícolas no tradicionales como el taxo, por ultimo este documento nos incala la importancia de comprender como la exportación y comercialización de productos agrícolas no tradicionales pueden contribuir al crecimiento económico.

#### 2.1.10. Antecedente 10 – tesis.

Pérez, E. (2020). *Perspectiva de la oferta exportable del sector frutícola en la provincia del Carchi y el impacto en la economía local*, en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Según Pérez (2020), menciona que sector frutícola de la provincia del Carchi, centrado en los cultivos de aguacate y mangos ha experimentado un crecimiento en los clientes nacionales e internacionales en los últimos años. Sin embargo, se encontró serios problemas socioeconómicos y de producción, en este argumento, el estudio pretende determinar la oferta exportadora del sector frutícola en la provincia del Carchi y su huella en la economía. Para lograr este objetivo se utilizará una metodología con enfoques cualitativos y cuantitativos, incluyendo la investigación descriptiva y documental.

Se lleva a cabo entrevistas con los representantes de las asociaciones frutícolas y expertos en el campo, y se analizaron datos oficiales obtenidos de fuentes como el Banco Central del Ecuador, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Proecuador, así como de páginas de comercio internacional como Trade Map y Cobus Group, entre otras. El estudio reveló que las exportaciones de frutas desempeñaron un papel importante en la economía local y en el sector frutícola. Se alcanzó la conclusión de que era ineludible fortalecer las estructuras asociativas para fomentar una mayor participación de los productores. Además, se resaltó la importancia de brindar capacitación a los productores en cuestiones como calidad alimentaria y estándares de producción para obtener ventajas en los mercados internacionales.

La investigación aporta un panorama del sector frutícola en la provincia del Carchi, destacando sus logros, desafíos y plazas para tomar medidas para lograr un mayor éxito en los clientes nacionales e internacionales. También destaca la importancia de la asociación y la calidad en la producción como factores clave para el desarrollo sostenible del sector.

#### 2.1.11. Antecedente 11 – tesis.

Acuña, J. & Chasi, M. (2022). *Análisis de las exportaciones del sector frutícola en el Ecuador en tiempos de COVID-19*, en la Universidad de Guayaquil.

Según Acuña y Chasi (2022) se llevó a cabo un estudio de las exportaciones del sector frutícola en Ecuador durante la pandemia del COVID – 19, centrándose en las exportaciones de uva de mesa ecuatoriana y su impacto en el sector, principalmente en la provincia de Santa Elena. La investigación se basó en la indagación de fuentes oficiales y utilizó materiales investigativos como las entrevistas con expertos en el tema para recopilar datos sobre los efectos del sector, las medidas realizadas para advertir la propagación del virus y los planes organizacionales destinados a reducir su impacto.

El enfoque metodológico adoptado fue de boceto no experimental y tenía una orientación cualitativa que se centraba en la recopilación, el proceso y la valoración de datos. Además, se complementó la información con un enfoque descriptivo que incluía tendencias, veredictos e interacciones. En el estudio se identificaron los efectos negativos del coronavirus en este sector, como el desempleo, el recargo del transporte marítimo, las barreras comerciales impuestas por otros países y otras limitaciones que dificultaron la normalización de las exportaciones en el país.

En este caso, esta investigación nos da la importancia de estar prevenidos para todo tipo de situación, el COVID-19 afectó a muchas personas y a muchas empresas, esto se tradujo en desempleo, encarecimiento del transporte marítimo y barreras comerciales. A pesar de estos desafíos, se implementaron medidas de defensa y planes organizacionales para mitigar el impacto, destacando la resiliencia del sector frutícola en Ecuador.

#### 2.1.12. Antecedente 12 – tesis.

Ocles, M. (2021). Oportunidades de mercado internacional para la comercialización de aguacate de la parroquia San Vicente de Pusir – provincia del Carchi, en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Según Ocles (2021), El trabajo tuvo como objetivo determinar las oportunidades internacionales para el aguacate de la parroquia. Se llevó a cabo un examen de exteriores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, tecnológicos y culturales de Estados Unidos, Alemania y Países Bajos. Utilizando la matriz de perfil de

oportunidades y amenazas, se concluyó que el mercado alemán ofrecía la mejor oportunidad para la comercialización del aguacate como fruta fresca.

Se destacó la importancia de cumplir con normas precisas relacionadas con la calidad y condiciones fitosanitarias para acceder a este mercado. Los fruticultores participaron en encuestas, y se realizaron entrevistas a expertos en comercialización internacional. El estudio técnico identificó los aspectos críticos para la operatividad del proyecto, asegurando que el producto pudiera ingresar al mercado sin dificultades. Se determinaron los volúmenes comerciales a exportar, la formación de la asociación de productores de aguacate para la exportación, y se establecieron aspectos estratégicos, organizacionales y legales para su funcionamiento.

Esta investigación nos aporta con varios aspectos financieros para demostrar la viabilidad de la propuesta, con un valor actual neto de 346,789 dólares, un rendimiento relativo del 24,57%, que representa la tasa interna de retorno, y un tiempo de recuperación de la inversión de 4 años y 2 meses. Estos resultados demuestran una rentabilidad aceptable en los escenarios estudiados.

#### 2.1.13. Antecedente 13 – tesis.

Angamarca, M. (2021). *“Impacto del biocomercio enfocado al producto uvilla (Physalis peruviana) en la Provincia de Imbabura y las estrategias de entrada en los mercados internacionales, en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.*

Según Angamarca (2021), la intención de la investigación fue examinar el biocomercio en el mercadeo de uvilla de la provincia de Imbabura. Se recopiló indagación sobre los principios del biocomercio, enfocado en la sostenibilidad económica, social y ambiental. Se emplearon enfoques cualitativos y cuantitativos.

Los resultados principales confirman la hipótesis de la elección correcta de la estrategia de ingreso en los clientes internacionales promueve la comercialización de la uvilla mediante el biocomercio. La estrategia selecta a través de la observación de indicadores como el nivel de riesgo y responsabilidad, los actores involucrados y las ventajas y desventajas, es la exportación indirecta. En este caso, el intermediario

se encarga del proceso de comercialización, logística y distribución, lo que reduce el riesgo para la empresa exportadora.

Esta investigación nos indica que destaca la importancia de seleccionar mercados adecuados, también resalta la necesidad de abordar prácticas sostenibles y la aceptación de los productos frutícolas. La exportación directa es sugerida como estrategia inicial y, por último, proporciona un marco integral para mejorar la internacionalización del sector frutícola, ofreciendo orientación práctica para su crecimiento y competitividad en mercados internacionales.

#### 2.1.14. Antecedente 14 – tesis.

Montoya, W. (2021). *“Impacto del Comercio Justo en los productores frutícolas de la provincia de Imbabura y su internacionalización, en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.*

Según Montoya (2023), este estudio de investigación se centra en el impacto del comercio justo en los productores frutícolas de la provincia de Imbabura, con el objetivo de definir una estrategia de internacionalización que facilite el acceso a los mercados europeos. Se aborda la problemática inicial relacionada con la falta de conocimiento acerca de certificados no tradicionales, promoviendo un negocio que garantice condiciones pugnantes para los productos, precios propicios para los fabricantes que cubran sus costos, y fomentando el desarrollo medioambiental, social y económico. Aspectos como la escasa asesoría para la producción a gran escala, el desconocimiento de entidades financieras que colaboren con instituciones públicas, han sido identificados como preocupaciones clave en este análisis. La metodología empleada, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos, ha permitido recopilar datos de la situación del sector frutícola en la provincia de Imbabura. El objetivo principal es facilitar el estudio de una estrategia de internacionalización, centrada específicamente en aguacates y mangos. A través de fuentes secundarias, se ha experimentado las preferencias de los mercados internacionales, destacando la aprobación de productos con certificaciones no tradicionales que respalden obras sostenibles.

Esta tesis aporta a nuestra investigación pues destaca la problemática relacionada con la falta de conocimiento sobre certificaciones no tradicionales y la necesidad de fomentar modelos de negocios que garanticen condiciones justas y precios favorables para los productores. La investigación se centra en analizar la estrategia de internacionalización para productos específicos como lo es el aguacate y el mango provenientes de la provincia de Imbabura. Esto añade una dimensión específica y práctica a la selección de estrategias de internacionalización, mostrando como se puede llevar a cabo este proceso en el contexto de productos frutícolas.

#### 2.1.15. Antecedente 15 – tesis.

Alvarado y Hernández. (2022). *“Estrategia de internacionalización para la exportación de un snack de mix en frutas deshidratadas tropicales en mango y piña para el mercado de Países Bajos.”* Maestría en Negocios Internacionales con mención en Estrategia Competitiva. Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado, Guayaquil. 139 p.

Según Alvarado y Hernández, (2022), en las últimas décadas, nuestro país ha experimentado un notable crecimiento en los sectores agrícolas e industriales, lo que ha llevado a un mayor sometimiento en la exportación de productos tradicionales al mercado internacional. Sin embargo, se ha observado un aumento en la demanda de frutas exóticas abriendo nuevas oportunidades en el comercio internacional.

Este estudio contribuye significativamente a nuestra investigación al enfocarse en el consumo saludable, natural y ecológico. Por ende, se centra en la exportación de un snack elaborado con frutas tropicales deshidratadas que cumplan con las normativas sanitarias correspondientes. El propósito principal de esta investigación es identificar un mercado receptivo para este producto, y tras un análisis exhaustivo, se ha destacado a Países Bajos debido a su enfoque en un estilo de vida saludable, su economía estable y las facilidades que ofrece para los negocios. A través de un análisis detallado de los factores políticos, económicos, ambientales, tecnológicos y sociales, buscan penetrar con éxito al mercado con dicho producto.

#### 2.1.16. Antecedente 16 – tesis.

Zambrano I. (2018). *Estrategia de internacionalización y posicionamiento de la marca "World Fruit Peruvian Product" en Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones estelita S.A.C., 2019*. En la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

El estudio examinó la relación entre la estrategia de ingreso a mercados internacionales y el reconocimiento de la marca "World Fruit Peruvian Product" en Ecuador por parte de Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. en 2019. Se utilizó una muestra de 27 trabajadores y métodos cuantitativos. Los resultados revelaron que la empresa trabaja con pocos proveedores sin usar la totalidad de ellos, no impulsa el aumento de las ventas en Ecuador y no ofrece otras opciones de productos de la misma especie. Además, no implementa estrategias innovadoras, carece de acceso fácil al mercado ecuatoriano y no mantiene a los clientes informados sobre sus productos. En conclusión, se evidenció que la estrategia de internacionalización influye significativamente en el posicionamiento de la marca en Ecuador.

La presente investigación indica factores clave que se relacionan con las estrategias de internacionalización y el posicionamiento de la marca en un mercado específico. Estos factores incluyen el trabajo con proveedores, el impulso de ventas, la oferta de diferentes opciones de productos, la implementación de estrategias innovadoras, el acceso al mercado y la comunicación con los clientes potenciales, aportando al campo de las estrategias de internacionalización al ofrecer un análisis detallado sobre cómo estas estrategias impactan en el posicionamiento de una marca en un mercado extranjero específico.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### 2.2.1. Teoría de la ventaja comparativa

Según David Ricardo (1972) menciona;

La ventaja comparativa relaciona la habilidad de una riqueza en un país para elaborar un bien o prestar un servicio a un costo inferior en cotejo con otros. Se emplea para demostrar cómo las empresas, naciones o inversiones pueden beneficiarse de este tipo de comercio. Esta estrecha idea es vinculada al comercio internacional y se refiere a los efectos que un país puede originar con mayor economía o eficiencia a

los productos que un país puede producir con mayor economía o eficiencia en comparación con otros. Cuando una nación posee la ventaja comparativa, el intercambio resulta beneficioso y valioso para todas las partes involucradas. (Santos, 2022).

Esta teoría clarifica la situación de aprovechamiento que se debe analizar en los sectores de producción masiva, logrando aprovechar ese potencial latente en los distintos sectores de producción, en este caso el sector frutícola, es uno de los que más productos lleva al mercado nacional con propuestas de valor muy altas para los consumidores, destacando su calidad y variedad que pueden ofrecer a los mercados nacionales e internacionales.

El sector frutícola de Pimampiro puede optimizar su producción al enfocarse en cultivar ciertas frutas que se beneficien de las ventajas naturales de la región, como clima apropiado o suelos adecuados, lo que posibilitaría una producción más eficaz y lucrativa en comparación con otras zonas menos favorecidas. Esta estrategia, respaldada por la teoría de la ventaja comparativa, sugiere que, al capitalizar estas ventajas naturales, el sector frutícola puede especializarse en aquellos productos donde tenga una posición más sólida, ya sea por factores geográficos o por la experiencia y capacidad de su fuerza laboral. Esto sería clave para su expansión en mercados internacionales de manera exitosa

#### 2.2.2. La nueva teoría del comercio internacional.

La nueva teoría del comercio internacional surgió en los años setenta en contraste con la teoría clásica del comercio internacional, se basa en dos pilares fundamentales: el comercio internacional y las estructuras industriales. Sus principales exponentes son Brander Spencer, Paul Krugman y A. Dixit, quien formularon un enfoque teórico que reconoce la existencia de fallos en el mercado. La nueva teoría del comercio internacional demuestra que muchos planteamientos de la teoría clásica del comercio internacional han sido superados por la realidad actual, ya que no puede entenderse solo con los postulados de la antigua escuela de pensamiento. Se reconoce la presencia de fallas de mercado que requieren intervención gubernamental, lo que subraya la necesidad de adoptar nuevos enfoques que permitan comprender la dinámica actual del comercio internacional (Maximiliano,

2019). Considerando aspectos claves de esta teoría, hay que analizar las tendencias del mercado internacional, es esencial considerar las preferencias de los consumidores a nivel global. Un enfoque valioso sería investigar cómo cambian las preferencias en productos frutícolas, incluyendo la demanda creciente de opciones orgánicas y sostenibles, así como la popularidad en aumento de ciertas frutas en el mercado internacional. La nueva teoría del comercio internacional, al vincularse con las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro, destaca la innovación en la producción de frutas y en prácticas agrícolas. Esta teoría subraya la diferenciación de productos clave para generar demanda en mercados internacionales y resalta la importancia de buscar eficiencia en la producción a gran escala para reducir costos.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

##### 3.1.1. Enfoque

El enfoque que pretende aplicar es la investigación mixta, ya que contiene el enfoque cualitativo y cuantitativo, para el desarrollo correcto de la información que se obtendrá.

##### Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo fue empleado para recopilar información a partir de fuentes documentales, lo cual se utilizó tanto en el análisis general sobre la oferta y demanda de los productos frutícolas del cantón Pimampiro como en la elaboración del estudio de mercado, la caracterización de la demanda internacional de los productos frutícolas y los niveles de consumo. También se aplicó este enfoque la recopilación de datos sobre el análisis de los productos frutícolas del cantón Pimampiro a través de entrevistas y otros documentos fiables. Esto se realizó con la intención de reconocer las preguntas de investigación trazadas y evaluar las estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro.

Se utiliza para analizar las estrategias de internacionalización el cual permite la toma de decisión a través de factores ponderados donde se analizan variables que influyen en una oportunidad o en una amenaza para cada estrategia de internacionalización, al final el que mayor oportunidad ofrezca será el más adecuado para la investigación estrategias de internacionalización de productos frutícolas del cantón Pimampiro y comercialización.

##### Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo se empleó en la recopilación de datos numéricos, como la medición de la producción de los productos frutícolas del cantón Pimampiro, la

selección de una asociación dedicada al cultivo de los productos frutícolas del cantón Pimampiro y el número de productores. También se recopiló datos relacionados con la oferta ecuatoriana, lo que incluirá las exportaciones hacia mercados internacionales durante los últimos 5 años, con el objetivo de identificar los principales países importadores de productos ecuatorianos, en este caso de los productos frutícolas del cantón Pimampiro. Asimismo, se analizarán los principales países exportadores de productos frutícolas a nivel global y que son considerados como competidores clave, utilizando plataformas como Trademap, Cobus Group, The Global Economy, el Banco Mundial, Datos Macro y otras.

Se aplica el enfoque cuantitativo para determinar el país de destino, se aplica la matriz cualitativa por puntos para evaluar oportunidades y amenazas de 3 países que están en el top 10 de los que más consumen los productos en estudio a nivel mundial, su selección se base en calificaciones numéricas la mayor calificación corresponderá para el país con mejores oportunidades de igual forma se aplicara la segmentación del mercado y calculara la demanda insatisfecha del aguacate, uvilla y taxo.

### 3.1.2. Tipo de Investigación

#### Investigación documental

Según Gonzales (2022), nos dice que el marco de la investigación documental, se considerarán tesis y artículos relacionados con el tema que sea aborda, los cuales funcionarán como fuentes de antecedentes. De esta manera, se podrá comprender, a través de la revisión de la literatura.

La investigación de información documental es fundamental al analizar las estrategias de internacionalización y comercialización en el sector frutícola del cantón Pimampiro. Este método permite recopilar datos históricos, información sobre regulaciones, análisis de mercados, experiencias previas y pruebas que respalden la toma de decisiones. En resumen, esta aproximación proporciona una base sólida de conocimientos que respalda la formulación de estrategias efectivas en esta área

#### Investigación descriptiva

Según Jervis (2020), afirma que este tipo de investigación se emplea para analizar los fundamentos y enfoques del tema. Además, pretende comprender adecuadamente

las estrategias de internacionalización y comercialización y las particularidades de cada una. Luego, se realizará una selección cualitativa de la estrategia óptima.

La investigación descriptiva resulta esencial al analizar las estrategias de internacionalización y comercialización en el sector frutícola del cantón Pimampiro. Su orientación detallada permite definir claramente las características fundamentales del sector frutícola, describir las estrategias de expansión internacional, analizar el mercado internacional, estudiar a la competencia y evaluar el impacto de estas estrategias. En resumen, este tipo de investigación proporciona una visión detallada que facilita la comprensión y la toma de decisiones informadas en esta área específica.

#### Investigación de campo

Según Jervis (2020), la investigación de campo implica la recopilación o medición de datos sobre el tema. En este estudio, el investigador se desplaza al lugar donde se desarrolla el fenómeno objeto, para recabar información relevante para su investigación.

La investigación de campo es esencial al estudiar las estrategias de internacionalización y comercialización en el sector frutícola del cantón Pimampiro. Proporciona datos directos, validación de la información, interacción con actores clave, observación en el terreno y la generación de recomendaciones específicas para mejorar estrategias. En resumen, esta investigación provee una comprensión directa y práctica que enriquece la información recopilada previamente, permitiendo una toma de decisiones más informada en este campo específico.

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

Las Estrategias de internacionalización permitirán la comercialización del sector frutícola del cantón Pimampiro.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Tabla 1.** Variable independiente

Variable Independiente	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Herramienta	Informante
Estrategias de internacionalización	Negociación Internacional	Arancel	¿Cuál es el arancel?	Análisis documental	Ficha linkográfica	OMC
		Estabilidad Política	¿Cuál es la estabilidad política?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander trade
		Paridad del Poder Adquisitivo	¿Cuál es el porcentaje de paridad del poder adquisitivo?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander trade
		Gasto consumo hogares	¿Cuál es el consumo de hogares?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander trade
		Balanza Comercial	¿Cuál es la tasa de crecimiento de la balanza comercial?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Trade Map

**Nota:** La tabla indica la supra ordenación de la variable independiente.

**Tabla 2.** Variable dependiente

Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Herramienta	Informante	
Variable Dependiente	Comercialización	Exportaciones	¿Cuál es la tasa de crecimiento de las exportaciones?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Trade Map
		Importaciones	¿Cuál es la tasa de crecimiento de las importaciones?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Trade Map
		Demanda insatisfecha	¿Cuál es el porcentaje de la demanda insatisfecha?	Análisis documental	Ficha linkográfica	
		Saldo comercial	¿Cuál es la tasa de crecimiento del saldo comercial?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Trade Map
		Población Económicamente Activa PEA	¿Cuál es la población económicamente activa PEA?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander Trade
	Económica	Tasa de desempleo	¿Cuál es la tasa de desempleo?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander TRADE
		Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	¿Cuál es la paridad del poder adquisitivo?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander TRADE
		SMI - Salario Mínimo Interprofesional	¿Cuál es el salario mínimo interprofesional?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander Trade
		PIB per cápita (USD)	¿Cuál es el porcentaje del PIB per cápita?	Análisis documental	Ficha linkográfica	The global Economy

	Tasa de inflación (%)	¿Cuál es el porcentaje de la tasa de inflación?	Análisis documental	Ficha linkográfica	The global Economy
Político	Control de Corrupción	¿Cuál es el control de corrupción?	Análisis documental	Ficha linkográfica	Santander Trade
	Acuerdos comerciales	¿Cuáles son los acuerdos comerciales?	Análisis documental	Ficha linkográfica	OMC
Producción	Productos	¿Cuáles los 3 productos que más se cultivan? ¿Cuál la producción anual en kg? ¿Cuál es el precio de cada producto?	Entrevista	Guía de entrevista	Asociación San Juan Amarantes

**Nota:** La tabla indica la supra ordenación de la variable dependiente.

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

#### Método deductivo

Según Palmer (2020) asegura que un enfoque para adquirir conocimiento que implica derivar aplicaciones específicas o conclusiones a partir de principios generales establecidos. Este proceso de investigación comienza con la formulación de una o varias hipótesis basadas en teorías o principios previamente establecidos, seguido de intentos por verificar esas hipótesis mediante pruebas.

El método deductivo, aplicado al tema de las estrategias de internacionalización y comercialización en el sector frutícola del cantón Pimampiro, implica la formulación de suposiciones basadas en principios generales, seguido de un razonamiento lógico para llegar a conclusiones específicas. Este método usa teorías universales para prever resultados y evaluar la coherencia lógica de las estrategias propuestas, generando así recomendaciones con base en estos principios para este contexto específico. En resumen, la aplicación de principios generales a la realidad específica del cantón guía la formulación de estrategias efectivas de internacionalización y comercialización.

#### Método Descriptivo

Según Jervis (2020) La indagación descriptiva se enfoca en proporcionar un cuadro detallado de la población, contexto o fenómeno objeto de estudio. Su objetivo primordial es brindar información sobre el que, como, cuando que aporte al problema de investigación, sin enfocarse en responder porque se produce dicho problema.

En una investigación sobre estrategias de internacionalización, el método descriptivo se utiliza para examinar en detalle las tácticas adoptadas por las organizaciones al expandirse a mercados globales. Su función es ofrecer una comprensión profunda de estas estrategias, presentando de manera detallada los fenómenos observados sin modificarlos. De este modo, facilita un análisis claro y preciso de las dinámicas vinculadas al proceso de internacionalización empresarial.

#### Método analítico

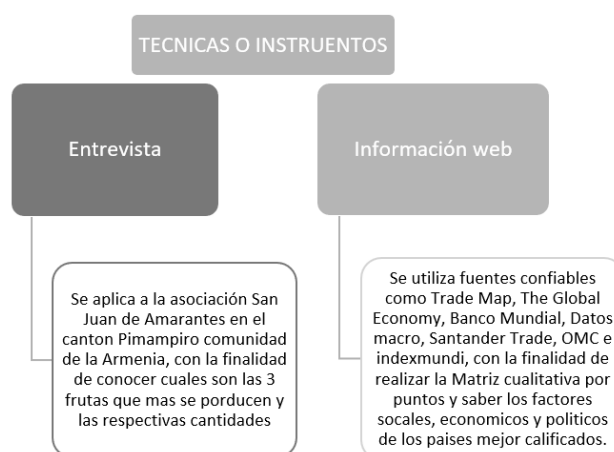
Según Reyes (2022) el enfoque del grupo de investigación en este trabajo es el método analítico, que se centra en la investigación documental. Este método, utilizado especialmente en ciencias sociales y humanas, se define en el libro como un método científico aplicado al análisis de alocuciones con otras formas, costumbres, arte, juegos de lenguaje y, sobre todo, lenguaje hablado o escrito.

El método analítico, aplicado al estudio de las estrategias de internacionalización y comercialización en el sector frutícola del cantón Pimampiro, implica desglosar y comprender en detalle estas estrategias, identificar patrones, comparar diferentes enfoques, analizar factores causales y diseñar soluciones basadas en datos. En resumen, este enfoque permite un análisis detallado para mejorar estas estrategias mediante la identificación de mejores prácticas y la comprensión de los factores clave que influyen en su desempeño.

### **3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

El análisis estadístico se fundamenta en recopilar información de las herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa, las herramientas de investigación son la ficha link o gráfica y entrevista, la primera herramienta recopila información cuantitativa es decir datos estadísticos, la segunda herramienta de investigación recopila información cualitativa referente a la estructura y organización de los productores de Pimampiro, la entrevista realizada a la asociación San Juan de Amarantes, será directamente con el representante legal Julio Guncha. Además, se complementa con la recopilación de datos a través de sitios web pertinentes.

Para ello el análisis comienza con evaluar a los países que mayor demanda poseen de los productos en estudio, aquellos países que cuenten con mayor demanda, tasa de crecimiento y arancel bajo serán seleccionados para desarrollar el estudio de mercado, posterior a ello se debe realizar la segmentación de mercado, se pretende recopilar información de Google trends para determinar el mercado meta, al final se aplica factores ponderados para calificar los factores influyentes y dependientes para la selección de las estrategias de internacionalización.



**Figura 1.** Análisis estadístico

La entrevista permitirá medir el aspecto de producción de los productos de la asociación San Juan de Amarantes, el instrumento de investigación estará dirigido al representante de la empresa, se estima obtener información aproximada, mantener la reserva de las identificaciones de la empresa son delicados, sin embargo, se puede apoyar con información de fuente secundaria. La otra herramienta de investigación es la ficha link o gráfica la cual pretende obtener un análisis estadístico del estudio de mercado, su aporte permite desarrollar un análisis de oportunidades de mercado y las estrategias de internacionalización que puedan inferir en su éxito para la expansión en la comercialización de sus principales productos, se requiere medir los factores políticos de los países de destino para determinar las estrategias de internacionalización, la selección de las estrategias se basará en información de fuente secundaria, a partir de ellos se emplea factores ponderados como forma de medición y obtener una calificación que servirá de análisis.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

**Tabla 3.** Datos de las frutas que se producen en Pimampiro

PRODUCTO		2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL	PORCENTAJE
<b>Aguacate</b>	TOTAL, PRODUCIDO KG	18.675,00	75.872,00	1.000,00	225.843,00	192.753,00	514.143,00	18,20%
	PRECIO UNITARIO	0,90	0,85	0,90	0,80	0,90		
	PRECIO TOTAL DE PRODCUCCIÓN	68.284,80	850,00	203.258,70	180.674,40	173.477,70		
<b>Granadilla</b>	TOTAL, PRODUCIDO KG	74.574,14	82.031,56	90.234,71	99.258,18	109.184,00	455.282,59	16,12%
	PRECIO UNITARIO	0,90	0,96	0,95	0,90	1,00		
	PRECIO TOTAL DE PRODCUCCIÓN	67.116,73	78.750,29	85.722,98	89.332,36	109.184,00		
<b>Uvilla</b>	TOTAL, PRODUCIDO KG	60.187,00	99.728,00	239.176,00	141.734,00	151.359,00	692.184,00	24,50%
	PRECIO UNITARIO	0,80	0,80	0,85	0,95	1,00		
	PRECIO TOTAL DE PRODCUCCIÓN	48.149,60	79.782,40	203.299,60	134.647,30	151.359,00		
<b>Taxo</b>	TOTAL, PRODUCIDO KG	59.873,00	99.980,00	238.091,00	142.915,00	152.183,00	693.042,00	24,53%
	PRECIO UNITARIO	0,40	0,46	0,49	0,50	0,50		
	PRECIO TOTAL DE PRODCUCCIÓN	23.949,20	45.990,80	116.664,59	71.457,50	76.091,50		
<b>Mandarina</b>	TOTAL, PRODUCIDO KG	77.056,90	84.762,58	93.238,84	102.562,73	112.819,00	470.440,05	16,65%
	PRECIO UNITARIO	0,40	0,46	0,49	0,50	0,50		
	PRECIO TOTAL DE PRODCUCCIÓN	30.822,76	38.990,79	45.687,03	51.281,36	56.409,50		
TOTAL							2.825.091,64	100,00%

**Nota:** La presente tabla proporcionada por la asociación San Juan Amarantes indica la producción anual en porcentajes, mostrando que los productos con mayor oferta exportable son Aguacate, Uvilla y taxo, información extraída mediante una entrevista al gerente de la asociación Sr. Julio Guncha

#### 4.1.1. Clasificación arancelaria.

Según la OMC (2023), los códigos arancelarios constan de 10 dígitos, asignando a cada uno la representación de un producto específico. No obstante, a nivel global, se utiliza comúnmente solo los primeros 6 dígitos, denominados subpartida arancelaria. Este sistema tiene como finalidad la identificación de mercancías en importaciones y exportaciones, facilitando la fijación de impuestos, obligaciones y derechos correspondientes. A continuación, se presenta la clasificación arancelaria de 3 productos frutícolas del cantón Pimampiro.

##### 4.1.1.1. Clasificación arancelaria del aguacate

**Tabla 4.** Clasificación arancelaria del aguacate

Clasificación Arancelaria		
<b>Sección</b>	II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>Capítulo</b>	8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
<b>Partida</b>	08.04	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
<b>Subpartida</b>	0804.40.00.00	Aguacates

**Fuente:** Trade Map, Guru Aranceles.

Para la clasificación arancelaria del aguacate se aplica las reglas generales de la interpretación arancelaria, siendo uso de la primera y la sexta regla para poder clasificar el producto de estudio, según Trade Map (2024) y Guru Aranceles (2024), el aguacate pertenece a la sección II productos del Reino Vegetal, el capítulo arancelario es el 08, con título de frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías, en otra parte, la partida es 08.04 con título dátiles, higos, piñas(ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos, para finalizar la subpartida arancelaria es la 0804.40.

#### 4.1.1.2. Clasificación arancelaria de la uvilla

**Tabla 5.** Clasificación arancelaria de la uvilla

<b>Clasificación Arancelaria</b>		
<b>Sección</b>	II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>Capítulo</b>	8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
<b>Partida</b>	08.13	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
<b>subpartida</b>	0813.40.00.10	Uvilla deshidratada

**Fuente:** Trade Map, Guru Aranceles.

Para la clasificación arancelaria de la uvilla se aplica las reglas generales de la interpretación arancelaria, siendo uso de la primera y la sexta regla para poder clasificar el producto de estudio, según Trade Map (2024) y Guru aranceles (2024), la uvilla pertenece a la sección II productos del Reino Vegetal, el capítulo arancelario es el 08, con título de frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías, en otra parte, la partida es 08.13 con título frutas y otros frutos secos, la subpartida arancelaria es la 0813.40.00.10.

#### 4.1.1.3. Clasificación arancelaria del taxo

**Tabla 6.** Clasificación arancelaria del taxo

<b>Clasificación Arancelaria</b>		
<b>Sección</b>	II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>Capítulo</b>	8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
<b>Partida</b>	08.05	Agrios (cítricos) frescos o secos.
<b>Subpartida</b>	0805.90.00.00	Los demás

**Fuente:** Trade Map, Guru Aranceles.

Para la clasificación arancelaria del taxo se aplica las reglas generales de la interpretación arancelaria, siendo uso de la primera y la sexta regla para poder clasificar el producto de estudio, según Trade Map (2024) y Guru aranceles (2024), el taxo pertenece a la sección II productos del Reino Vegetal, el capítulo arancelario es

el 08, con título de frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías, en otra parte, la partida es 08.05 con título agrios (cítricos) frescos o secos, para finalizar la subpartida arancelaria es la 0805.90

#### 4.1.2. Análisis de la demanda internacional.

Con el fin de analizar la demanda internacional del aguacate, uvilla y taxo, se lleva a cabo una investigación enfocada en los 10 países líderes en el consumo de este producto, Estos países se consideran como potenciales puntos de estudio para analizar la comercialización de los productos antes mencionados. Se recopilan los datos con las subpartidas 080440, 081340 y 080590 respectivamente, para obtener información relevante sobre la demanda y el consumo en estos mercados.

##### 4.1.2.1. Análisis de la demanda internacional del aguacate.

**Tabla 7.** Top 10 de países importadores de aguacate en miles de dólares

Ranking	País	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Tasa de crecimiento	Participación
1	Estados Unidos	2.448.390	2.863.791	2.540.264	3.138.646	3.380.386	6,66%	42,48%
2	Países Bajos	540.220	817.596	1.027.919	1.020.974	912.397	11,05%	11,47%
3	Francia	408.709	521.341	518.846	540.240	532.654	5,44%	6,69%
4	España	281.138	341.286	389.303	487.260	410.416	7,86%	5,16%
5	Alemania	320.473	348.635	387.203	398.573	396.229	4,34%	4,98%
6	Canadá	223.386	237.753	235.073	251.740	270.335	3,89%	3,40%
7	Reino Unido	267.404	342.470	346.644	309.075	260.960	-0,49%	3,28%
8	Japón	218.121	239.702	224.130	222.335	159.378	-6,08%	2,00%
9	Italia	54.128	76.305	79.286	108.021	112.692	15,80%	1,42%
10	China	133.380	92.633	71.625	109.714	112.145	-3,41%	1,41%
	Los demás 207 países	1.151.520	1.231.986	1.446.532	1.679.892	1.410.006	4,13%	17,72%
	TOTAL	6.046.869	7.113.498	7.266.825	8.266.470	7.957.598	5,65%	100%

**Fuente:** Trade Map

Se investiga a los 10 países que más consumen aguacate, a través de la página web Trade Map (2024), en donde se puede buscar los valores en dólares de las importaciones del producto, se realiza una búsqueda de los últimos cinco años, se ordena en ranking conforme al que mayor valor dólares a importado, para finalizar se calcula la tasa de crecimiento para identificar la tendencia de consumo de cada mercado internacional. El mayor país que demanda aguacate es Estados Unidos seguido por Países bajos y Francia el que posee mayor tasa de crecimiento es para

Italia con un valor de 15,80% seguido de Estados Unidos de América con 11,05% y España 7,86%, son en total 217 países que importan aguacate, la tasa de crecimiento es de 5,65% lo cual es una oportunidad porque crece poco a poco el consumo de aguacate.

#### 4.1.2.2. Análisis de la demanda internacional de la uvilla.

**Tabla 8.** Top 10 de países importadores de uvilla en miles de dólares

Ranking	País	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Tasa de crecimiento	Participación
1	Estados Unidos	109.838	106.629	142.387	194.900	227.904	15,72%	19,37%
2	China	131.565	149.884	207.566	221.528	207.410	9,53%	17,63%
3	Alemania	74.747	76.715	75.733	89.368	124.760	10,79%	10,60%
4	Reino Unido	59.968	52.934	50.663	38.935	52.039	-2,80%	4,42%
5	Canadá	27.837	29.522	31.890	39.030	44.638	9,90%	3,79%
6	Viet Nam	84.321	30.169	23.373	21.591	33.295	-16,96%	2,83%
7	Países Bajos	28.618	25.552	25.181	30.278	30.622	1,36%	2,60%
8	Malasia	17.643	17.090	22.646	21.950	23.804	6,17%	2,02%
9	Francia	26.956	22.322	22.444	24.860	22.021	-3,96%	1,87%
10	Polonia	13.738	14.354	12.608	16.344	20.366	8,19%	1,73%
	Los demás 207 países	300.391	296.838	294.079	331.434	389.761	5,35%	33,13%
	<b>TOTAL</b>	<b>875.622</b>	<b>822.009</b>	<b>908.570</b>	<b>1.030.218</b>	<b>1.176.620</b>	<b>6,09%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Trade Map

Se investiga a los 10 países que más consumen uvilla, a través de la página web Trade Map (2024), en donde se puede buscar los valores en dólares de las importaciones del producto en estudio, se realiza una búsqueda de los últimos cinco años, se ordena en ranking conforme al que mayor valor dólares a importado, para finalizar se calcula la tasa de crecimiento para identificar la tendencia de consumo de cada mercado internacional. El mayor país que demanda uvilla es Estados Unidos seguido por China y Alemania el que posee mayor tasa de crecimiento es para Estados Unidos con un valor de 15,72% seguido de Alemania con 10,79% y Canadá 9,90%, son en total 217 países que importan uvilla, la tasa de crecimiento es de 6,09% lo cual es una oportunidad porque crece poco a poco el consumo de uvilla.

#### 4.1.2.3. Análisis de la demanda internacional del taxo

**Tabla 9.** Top 10 de países importadores de taxo en miles de dólares

Ranking	País	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Tasa de crecimiento	Participación
1	Reino Unido	3.837	3.559	8.872	13.996	11.854	25,31%	13,33%
2	Alemania	8.077	8.723	8.832	8.195	8.693	1,48%	9,78%
3	Países Bajos	4.183	4.590	6.156	7.463	8.207	14,43%	9,23%
4	Francia	6.254	5.921	5.804	8.484	7.640	4,08%	8,59%
5	Hungría	385	4.421	6.501	6.977	6.985	78,54%	7,86%
6	República Checa	1.882	2.249	2.660	1.769	3.873	15,53%	4,36%
7	Canadá	3.005	4.292	2.098	2.989	2.552	-3,22%	2,87%
8	Austria	2.442	2.644	2.783	2.843	2.385	-0,47%	2,68%
9	Bélgica	1.447	1.319	1.300	1.781	2.338	10,07%	2,63%
10	Bangladesh	393	577	3.381	4.945	2.018	38,71%	2,27%
	Los demás 207 países	46.615	42.806	58.536	43.070	32.376	-7,03%	36,41%
	TOTAL	78.520	81.101	106.923	102.512	88.921	2,52%	100%

**Fuente:** Trade Map

Se investiga a los 10 países que más consumen taxo, a través de la página web Trade Map (2024), en donde se puede buscar los valores en dólares de las importaciones del producto en estudio, se realiza una búsqueda de los últimos cinco años, se ordena en ranking conforme al que mayor valor dólares a importado, para finalizar se calcula la tasa de crecimiento para identificar la tendencia de consumo de cada mercado internacional. El mayor país que demanda taxo es Reino Unido seguido por Alemania y Países bajos el que posee mayor tasa de crecimiento es para Hungría con un valor de 78,54% seguido de Bangladesh con 38,71% y Reino Unido 25,31%, son en total 217 países que importan taxo, la tasa de crecimiento es de 2,52% lo cual es una oportunidad porque crece poco a poco el consumo de taxo.

#### 4.1.3. Análisis de arancel.

##### 4.1.3.1. Análisis de arancel del aguacate.

**Tabla 10.** Arancel para la nacionalización del aguacate

Ranking	País	ARANCEL
1	Estados Unidos	5
2	Países Bajos	4
3	Francia	4
4	España	4

<b>5</b>	Alemania	4
<b>6</b>	Canadá	0
<b>7</b>	Reino Unido	2,8
<b>8</b>	Japón	8,7
<b>9</b>	Italia	4
<b>10</b>	China	0

**Fuente:** OMC

El arancel es el valor en porcentaje el cual es cobrado por cada país para la nacionalización del aguacate ecuatoriano, la información presentada fue tomada de la página oficial del OMC (2024), al ser un mercado internacional es muy importante considerar este aspecto ya que al ser más bajo es más atractivo para su comercialización, partiendo del análisis, establecimos que Estados Unidos es el país que su arancel porcentualmente es más alto con un valor de 5%, en comparación al valor más bajo que sería China con un 0%.

#### 4.1.3.2. Análisis de arancel de la uvilla.

**Tabla 11.** Arancel para la nacionalización de uvilla

<b>Ranking</b>	<b>País</b>	<b>ARANCEL</b>
<b>1</b>	Estados Unidos de América	3,7
<b>2</b>	China	0
<b>3</b>	Alemania	3,2
<b>4</b>	Reino Unido	2,8
<b>5</b>	Canadá	0
<b>6</b>	Viet Nam	30
<b>7</b>	Países Bajos	3,2
<b>8</b>	Malasia	3,33
<b>9</b>	Francia	3,2
<b>10</b>	Polonia	3,2

**Fuente:** OMC

El arancel es el valor en porcentaje el cual es cobrado por cada país para la nacionalización de la uvilla ecuatoriano, la información presentada fue tomada de la página oficial de OMC (2024), al ser un mercado internacional es muy importante considerar este aspecto ya que al ser más bajo es más atractivo para su comercialización, partiendo del análisis, establecimos que Estados Unidos es el país que su arancel porcentualmente es más alto con un valor de 3,7%, en comparación al valor más bajo que sería del país de Canadá y China con un 0%.

#### 4.1.3.3. Análisis de arancel del taxo.

**Tabla 12.** Arancel para la nacionalización del taxo

Ranking	País	ARANCEL
1	Reino Unido	2,8
2	Alemania	12,8
3	Países Bajos	12,8
4	Francia	12,8
5	Hungría	12,8
6	República Checa	12,8
7	Canadá	0
8	Austria	12,8
9	Bélgica	12,8
10	Bangladesh	12,5

**Fuente:** OMC

El arancel es el valor en porcentaje el cual es cobrado por cada país para la nacionalización de la taxo ecuatoriano, la información presentada fue tomada de la página oficial de OMC (2024), al ser un mercado internacional es muy importante considerar este aspecto ya que al ser más bajo es más atractivo para su comercialización, partiendo del análisis, establecimos que Alemania es el país que su arancel porcentualmente es más alto con un valor de 2,8%, en comparación al valor más bajo que sería del país de Canadá con un 0%.

#### 4.1.4. Selección de países para estudio de mercado.

##### 4.1.4.1. Selección de países para estudio de mercado de aguacate.

**Tabla 13.** Selección de países para estudio de mercado del aguacate

RANKIN G	PAÍSES	TASA DE CRECIMIENTO	CALIFICACIÓ N	ARANCE L	CALIFICACIÓ N	TOTA L
1	Estados Unidos	6,66%	2	5,0%	2	4
2	Países Bajos	11,05%	3	4,0%	2	5
3	Francia	5,44%	2	4,0%	2	4
4	España	7,86%	2	4,0%	2	4
5	Alemania	4,34%	2	4,0%	2	4
6	Canadá	3,89%	2	0,0%	3	5
7	Reino Unido	-0,49%	1	2,8%	2	3
8	Japón	-6,08%	1	8,7%	2	3
9	Italia	15,80%	3	4,0%	2	5
10	China	-3,41%	1	0,0%	3	4

**Nota:** Para la tasa de crecimiento se calificará  $\leq 1\%$  = 1 punto,  $\geq 1\%$  = 2 puntos,  $\geq 10\%$  = 3 puntos, para el arancel se calificará 0% arancel = 3 punto, 1% a 9% = 2 puntos, más de 10% = 1 puntos.

La tabla representa los países con más oportunidades para exportar aguacate, los criterios a calificar son la tasa de crecimiento y el arancel que establece cada país que más demanda el aguacate. Cada criterio se detalla en la tabla y los países con mayor puntuación serán seleccionados para realizar un estudio de mercado. Concluyendo que los países con mayor puntuación son: Países Bajos con 5 puntos, Canadá con 5 puntos e Italia con el mismo puntaje, al ser estos los resultados más altos de la tabla se establecen que su puntuación es aceptable para realizar el estudio de mercado.

#### 4.1.4.2. Selección de países para estudio de mercado de la uvilla

**Tabla 14.** Selección de países para estudio de mercado de uvilla

RANKIN G	PAÍSES	TASA DE CRECIMIENTO	CALIFICACIÓ N	ARANCE L	CALIFICACIÓ N	TOTA L
1	Estados Unidos	15,72%	3	3,7%	2	5
5	China	9,53%	2	0,0%	3	5
3	Alemania	10,79%	3	3,2%	2	5
4	Reino Unido	-2,80%	1	2,8%	2	3
5	Canadá	9,90%	2	0,0%	3	5
6	Viet Nam	-16,96%	1	3,0%	2	3
7	Países Bajos	1,36%	2	3,2%	2	4
8	Malasia	6,17%	2	3,3%	2	4
9	Francia	-3,96%	1	3,2%	2	3
10	Polonia	8,19%	2	3,2%	2	4

**Nota:** Para la tasa de crecimiento se calificará  $\leq 1\%$  = 1 punto,  $\geq 1\%$  = 2 puntos,  $\geq 10\%$  = 3 puntos, para el arancel se calificará 0% arancel = 3 punto, 1% a 9% = 2 puntos, más de 10% = 1 puntos.

La tabla expresa los países con más oportunidades para exportar uvilla, los criterios son la tasa de crecimiento y el arancel que establece cada país que más demanda. Cada criterio se detalla en la tabla y los países con mayor puntuación serán seleccionados para realizar un estudio de mercado. Ultimando que los países con mayor puntuación son: Estados Unidos con 5 puntos, China con 5 puntos y Alemania con el mismo puntaje, al ser estos los resultados más altos de la tabla se establecen que su puntuación es aceptable para realizar el estudio de mercado.

#### 4.1.4.3. Selección de países para estudio de mercado del taxo

**Tabla 15.** Selección de países para estudio de mercado del taxo

RANKIN G	PAÍSES	TASA DE CRECIMIENTO	CALIFICACIÓ N	ARANCE L	CALIFICACIÓ N	TOTA L
1	Reino Unido	25,31%	3	2,8%	2	5
2	Alemania	1,48%	2	12,8%	1	3
3	Países Bajos	14,43%	3	12,8%	1	4
4	Francia	4,08%	2	12,8%	1	3
5	Hungría	78,54%	3	12,8%	1	4
6	República Checa	15,53%	3	12,8%	1	4
7	Canadá	-3,22%	1	0,0%	3	4
8	Austria	-0,47%	1	12,8%	1	2
9	Bélgica	10,07%	3	12,8%	1	4
10	Bangladesh	38,71%	3	12,5%	1	4

**Nota:** Para la tasa de crecimiento se calificará  $\leq 1\%$  = 1 punto,  $\geq 1\%$  = 2 puntos,  $\geq 10\%$  = 3 puntos, para el arancel se calificará 0% arancel = 3 punto, 1% a 9% = 2 puntos, más de 10% = 1 puntos.

En la tabla se presentan los países con mayor oportunidad para exportación de taxo, los criterios a calificar son la tasa de crecimiento y el arancel que es establecido por cada país que más demanda de taxo. Cada criterio se detalla en la tabla y los países con mayor puntuación serán seleccionados para realizar un estudio de mercado. Concluyendo que los países con mayor puntuación son: Reino Unido con 5 puntos, Países Bajos con 4 puntos y Hungría con el mismo puntaje, al ser estos los resultados más altos de la tabla se establecen que su puntuación es aceptable para realizar el estudio de mercado.

#### 4.1.5. Indicadores Sociales.

##### 4.1.5.1. Indicadores sociales de los países consumidores de aguacate.

**Tabla 16.** Población de los países consumidores de aguacate

POBLACIÓN TOTAL	Países bajos	Canadá	Italia
<b>2018</b>	17.282.163	37.065.084	59.816.673
<b>2019</b>	17.407.585	37.601.230	59.641.488
<b>2020</b>	17.475.415	38.007.166	59.236.213
<b>2021</b>	17.590.672	38.226.498	59.030.133
<b>2022</b>	17.811.291	38.929.902	58.850.717
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	0,6%	1,0%	-0,3%
<b>Población Económicamente Activa PEA</b>	9.894.530	21.344.990	25.517.950
<b>Tasa de desempleo</b>	3,6%	5,8%	7,8%

**Fuente:** Datos macro.

La tabla expresa datos desde el 2018 al 2022 de la población en los países caso de estudio, en la cual se presentan los resultados indicados. Según Datos macro (2024), la tasa de crecimiento indica un incremento positivo para Países Bajos y Canadá y mientras que Italia con un resultado negativo. La población económicamente activa nos indica como resultados favorables a Italia, siendo el valor más alto en comparación a los otros dos países. Tasa de desempleo con el indicador más bajo de 3.6%, países bajos nos muestra menos desempleados en sus resultados en comparación con los demás países.

**Tabla 17.** Perfil de los países consumidores de aguacate

Perfil del consumidor	AGUACATE		
	Países bajos	Canadá	Italia
<b>Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)</b>	0,95	1,23	0,72
<b>Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)</b>	19.644,00	26.333,00	22.407,00
<b>SMI - Salario Mínimo Interprofesional</b>	1.995,00	1.757,1	1.747,20

**Fuente:** Santander trade.

En la tabla se presentan datos de los Países caso de estudio, mostrándonos el perfil del consumidor con indicadores. Según Santander trade (2024), la Paridad del poder adquisitivo de Canadá es uno de los tres países con un valor de 1.23 siendo este el más alto. Gastos de consumo de los hogares, dejando a Países bajos con el valor menos favorable. Salario mínimo interprofesional, este indicador nos muestra los salarios mínimos de cada país siendo así que Países bajos nos indica un valor de \$ 1.995, Canadá con \$1757,1 y por último Italia con un valor de 1747.20.

#### 4.1.5.2. Indicadores sociales de la uvilla

**Tabla 18.** Población países consumidor de uvilla

POBLACIÓN TOTAL	Estados Unidos	China	Alemania
<b>2018</b>	327.023.000	1.405.410.000	83.019.213
<b>2019</b>	328.547.000	1.410.080.000	83.166.711
<b>2020</b>	331.257.000	1.412.120.000	83.155.031
<b>2021</b>	332.314.000	1.412.600.000	83.237.124
<b>2022</b>	333.900.000	1.412.547.000	84.358.845
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	0,4%	0,1%	0,3%
<b>Población Económicamente Activa PEA</b>	169.229.170	781.831.680	44.366.100
<b>Tasa de desempleo</b>	3,70%	4,03%	3,10%

**Fuente:** Datos macro.

La tabla expresa datos desde el 2018 al 2022 de la población en los países caso de estudio, en la cual se presentan los resultados indicados. Según Datos macro (2024), la tasa de crecimiento indica un incremento positivo para Estados Unidos y Alemania, mientras que China tiene un crecimiento del 0,1%. La población económicamente activa nos indica como resultados favorables a China, siendo el valor más alto en comparación a los otros dos países. Tasa de desempleo con el indicador más bajo de 3.10%, en Alemania nos muestra menos desempleados en sus resultados en comparación con los demás países.

**Tabla 19.** Perfil de los países consumidores de uvilla

Perfil del consumidor	UVILLA		
	Estados Unidos	China	Alemania
<b>Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)</b>	1,00	3,99	0,72
<b>Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)</b>	42.714,00	4.489,00	22.407,00
<b>SMI - Salario Mínimo Interprofesional</b>	1.178,20	268,3	125,3

**Fuente:** Santander trade.

En la tabla se presentan datos de los Países caso de estudio, mostrándonos el perfil del consumidor con indicadores. Según Santander trade (2024), la Paridad del poder adquisitivo de China es uno de los tres países con un valor de 3,99 siendo este el más alto. Gastos de consumo de los hogares, dejando a China con el valor menos favorable. Salario mínimo interprofesional, este indicador nos muestra los salarios mínimos de cada país siendo así que Estados Unidos nos indica un valor de \$ 1.178,20, China con \$268,30 y por último Alemania con un valor de \$125,30.

#### 4.1.5.3. Indicadores sociales del taxo

**Tabla 20.** Población países consumidor de taxo

POBLACIÓN TOTAL	Reino unido	Países bajos	Hungría
<b>2018</b>	66.647.112	17.282.163	9.772.756
<b>2019</b>	67.025.542	17.407.585	9.769.526
<b>2020</b>	67.081.000	17.475.415	9.730.772
<b>2021</b>	67.333.000	17.590.672	9.689.010
<b>2022</b>	67.020.000	17.811.291	9.597.085
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	0,1%	0,6%	-0,4%
<b>Población Económicamente Activa PEA</b>	34.460.380	9.894.530	4.926.010
<b>Tasa de desempleo</b>	4,00%	3,6%	4,10%

**Fuente:** Datos macro.

La tabla presenta datos desde el 2018 al 2022 de la población en los países caso de estudio, en la cual se presentan los resultados. Según Datos macro (2024), la tasa de crecimiento indica un incremento positivo para Países Bajos y Reino Unido, mientras que Hungría con un resultado negativo de -0,4%. La población económicamente activa nos indica como resultados favorables a Reino Unido, siendo el valor más alto en comparación a los otros dos países. Tasa de desempleo con el indicador más bajo de 3,6%, países bajos nos muestra menos desempleados en sus resultados en comparación con los demás países.

**Tabla 21.** Perfil de los países consumidores de taxo

Perfil del consumidor	TAXO		
	Reino unido	Países bajos	Hungría
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,67	0,95	372,60
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	30.054,00	19.644,00	7.475,00
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1.929,20	1.995,00	15,40

**Fuente:** Santander trade.

En la tabla se presentan datos de los Países caso de estudio, mostrándonos el perfil del consumidor con indicadores. Santander Trade (2024), la Paridad del poder adquisitivo de Hungría es uno de los tres países con un valor de 372,60 siendo este el más alto. Gastos de consumo de los hogares, dejando a Hungría con el valor menos favorable. Salario mínimo interprofesional, este indicador nos muestra los salarios mínimos de cada país siendo así que Reino Unido nos indica un valor de \$ 1.929,20, Países bajos con \$1.995,00 y por último Hungría con un valor de \$15,40.

#### 4.1.6. Indicadores Políticos.

##### 4.1.6.1. Indicadores Políticos de los países consumidores de aguacate.

**Tabla 22.** Acuerdos comerciales vigentes con los países consumidores de aguacate

PAÍS	Países bajos	Canadá	Italia
ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)

**Fuente:** OMC.

Según OMC (2024), los acuerdos comerciales que se encuentran vigentes para Ecuador y los países caso de estudio, aquí nos detalla específicamente el Acuerdo multilateral de los miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorecida), este acuerdo es aplicado para los tres países, Canadá, Países Bajos e Italia.

#### 4.1.6.1.2. Acuerdos comerciales con los países consumidores de uvilla.

**Tabla 23.** Acuerdos comerciales vigentes con los países consumidores de uvilla

PAÍS	Estados Unidos	China	Alemania
ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)

**Fuente:** OMC.

Según OMC (2024), los acuerdos comerciales que se encuentran vigentes para Ecuador y los países caso de estudio, aquí nos detalla específicamente el Acuerdo multilateral de los miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorecida), este acuerdo es aplicado para los tres países, Estados Unidos, China y Alemania.

#### 4.1.6.1.3. Acuerdos comerciales con los países consumidores de taxo.

**Tabla 24.** Acuerdos comerciales vigentes con los países consumidores de taxo

PAÍS	Reino unido	Países bajos	Hungría
ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorable)

**Fuente:** OMC.

Según OMC (2024), los acuerdos comerciales que se encuentran vigentes para Ecuador y los países caso de estudio, aquí nos detalla específicamente el Acuerdo multilateral de los miembros de la OMC (Arancel NMF nación más favorecida), este acuerdo es aplicado para los tres países, Reino Unido, Países Bajos y Hungría.

#### 4.1.6.2. Indicadores Políticos

**Tabla 25.** Indicadores políticos de países consumidores de aguacate

INDICADORES	PAÍSES		
	Países Bajos (-2,5 débil; 2,5 fuerte)	Canadá	Italia
Índice de Estado de Derecho	1,74	1,63	0,27
Índice Efectividad Gubernamental	1,77	1,6	0,36
Control de Corrupción	2,04	1,65	0,54

**Fuente:** Santander trade.

Santander trade (2024) muestra indicadores de los países caso de estudio, siendo que el rango -2.5 es interpretado como débil y 2.5 como fuerte, podemos observar el índice de estado de derecho que nos muestra a Países Bajos como el indicador más fuerte y a Italia como indicador más débil. En el índice de efectividad gubernamental, observamos que Países Bajos es el que tiene el indicador más fuerte e Italia el indicador más débil. En el control de corrupción el indicador más fuerte es tomado por Países bajos y dejando a Italia como el indicador más débil.

**Tabla 26.** Indicadores políticos de países consumidores de uvilla

INDICADORES	PAÍSES		
	EEUU (-2,5 débil; 2,5 fuerte)	CHINA	ALEMANIA
<b>Índice de Estado de Derecho</b>	1,42	0,04	1,61
<b>Índice Efectividad Gubernamental</b>	1,34	0,84	1,33
<b>Control de Corrupción</b>	1,05	0,05	1,81

**Fuente:** Santander trade.

Santander trade (2024) muestra indicadores de los países caso de estudio, siendo que el rango -2.5 es interpretado como débil y 2.5 como fuerte, podemos observar el índice de estado de derecho que nos muestra a Alemania como el indicador más fuerte y a China como indicador más débil. En el índice de efectividad gubernamental, observamos que Estados Unidos es el que tiene el indicador más fuerte y China el indicador más débil. En el control de corrupción el indicador más fuerte es tomado por Alemania y dejando a China como el indicador más débil.

**Tabla 27.** Indicadores políticos de países consumidores de taxi

INDICADORES	PAÍSES		
	REINO UNIDO	PAISES BAJOS	HUNGRIA

	(-2,5 débil; 2,5 fuerte)		
<b>Índice de Estado de Derecho</b>	1,43	1,74	0,53
<b>Índice Efectividad Gubernamental</b>	1,28	1,77	0,63
<b>Control de Corrupción</b>	1,67	2,04	0,04

**Fuente:** Santander trade.

Santander trade (2024) muestra indicadores de los países caso de estudio, siendo que el rango -2.5 es interpretado como débil y 2.5 como fuerte, podemos observar el índice de estado de derecho que nos muestra a Países Bajos como el indicador más fuerte y a Hungría como indicador más débil. En el índice de efectividad gubernamental, observamos que Países Bajos es el que tiene el indicador más fuerte y Hungría el indicador más débil. En el control de corrupción el indicador más fuerte es tomado por Países bajos y dejando a Hungría como el indicador más débil.

#### 4.1.6.3. Barreras arancelarias y no arancelarias

**Tabla 28.** Tributos de los países consumidores de aguacate

Partida Arancelaria	Tributos	
	Ad-valorem	IVA
<b>Países bajos</b>	4%	21%
<b>Canadá</b>	0%	5%
<b>Italia</b>	4%	22%

**Fuente:** Banco mundial.

Banco Mundial (2024) indica que, Países bajos cuenta con un Ad-Valorem del 4% y también con IVA del 21%, en el país de Canadá se observa una tarifa del 0% en Ad-Valorem y en el IVA una tarifa del 5% finalmente en el país de Italia se presenta la tarifa de Ad-Valorem de 4% y en el IVA una tarifa de 22%.

**Tabla 29.** Tributos de los países consumidores de uvilla

Partida Arancelaria	Tributos	
	Ad-valorem	IVA
<b>Estados Unidos</b>	3,7%	0%
<b>China</b>	0%	13%
<b>Alemania</b>	3,2%	19%

**Fuente:** Banco mundial.

Banco Mundial (2024) indica que, Estados Unidos cuenta con un Ad-Valorem del 3,7% y también con IVA del 0%, en el país de China se observa una tarifa del 0% en Ad-

Valorem y en el IVA una tarifa del 13% finalmente en el país de Alemania se presenta la tarifa de Ad-Valorem de 3,24% y en el IVA una tarifa de 19%.

**Tabla 30.** Tributos de los países consumidores de taxi

Partida Arancelaria	Tributos	
	Ad-valorem	IVA
Reino unido	2,8%	20%
Países bajos	12,8%	21%
Hungría	12,8%	27%

**Fuente:** Banco mundial.

Banco Mundial (2024) indica, Reino Unido cuenta con un Ad-Valorem del 2,8% y también con IVA del 20%, en el país de Países bajos se observa una tarifa del 12,8% en Ad-Valorem y en el IVA una tarifa del 21% finalmente en el país de Hungría se presenta la tarifa de Ad-Valorem de 12,8% y en el IVA una tarifa de 27%.

#### 4.1.7. Indicadores Económicos

**Tabla 31.** Saldo comercial de los países consumidores de aguacate

Saldo comercial a Ecuador miles de USD						
PERIODO	2018	2019	2020	2021	2022	Tasa de crecimiento 2018 - 2022
Países bajos	8.487	225.088	441.256	531.105	397.301	115,81%
Canadá	-206.031	-278.617	-212.327	-353.330	-533.990	20,98%
Italia	288.934	171.078	264.287	117.164	-182.084	-191,18%

**Fuente:** Trade map.

En esta tabla se identifica el saldo comercial de los últimos 5 años para los países caso de estudio, desde el año 2018 al año 2022 nos indica una tasa de crecimiento del 115,18% para países bajos dejando un superávit en su balanza comercial. El país de Canadá en su tasa de crecimiento expresa un aumento del 20,8%, dejando un superávit en su balanza comercial, finalmente Italia con un -191.18% valor negativo dejando a su balanza comercial con un déficit comercial.

**Tabla 32.** Saldo comercial de los países consumidores de uvilla

<b>Saldo comercial a Ecuador miles de USD</b>						
<b>PERIODO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Tasa de crecimiento 2018 - 2022</b>
<b>Estados Unidos</b>	1623053	2095514	808684	721754	1234966	-5,32%
<b>China</b>	-2845610	-1599689	-753564	-2395467	-1038765	-18,25%
<b>Alemania</b>	-91700	-202437	-86235	-215005	-325681	28,85%

**Fuente:** Trade map.

En esta tabla se identifica el saldo comercial de los últimos 5 años para los países caso de estudio, desde el año 2018 al año 2022 nos indica una tasa de crecimiento del 28,85% para Alemania dejando un superávit en su balanza comercial. El país de China en su tasa de decrecimiento expresa una disminución del 18,25%, dejando un déficit en su balanza comercial, finalmente Estados Unidos con un -5,32% valor negativo dejando a su balanza comercial con un déficit comercial.

**Tabla 33.** Saldo comercial de los países consumidores de taxi

<b>Saldo comercial a Ecuador miles de USD</b>						
<b>PERIODO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Tasa de crecimiento 2018 - 2022</b>
Reino Unido	32.282	28.482	76.701	130.524	133.111	32,75%
Países bajos	8.487	225.088	441.256	531.105	397.301	115,81%
Hungría	-47.056	-30.072	-17.576	-23.189	-39.554	-3,41%

**Fuente:** Trade map.

En esta tabla se identifica el saldo comercial de los últimos 5 años para los países caso de estudio, desde el año 2018 al año 2022 nos indica una tasa de crecimiento del 115,18% para Países bajos dejando un superávit en su balanza comercial. El país de Reino Unido en su tasa de crecimiento expresa un aumento del 32,75%, dejando un superávit en su balanza comercial, finalmente Hungría con un -3,41% valor negativo dejando a su balanza comercial con un déficit comercial.

#### 4.1.8. Indicadores macroeconómicos

**Tabla 34.** Indicadores económicos de los países consumidores de aguacate

INDICADORES	Países bajos	Canadá	Italia
PIB (miles de millones de USD)	993.681	2.139.840	2.012.013
PIB per cápita (USD)	56.489	55.085	34.188
Tasa de inflación (%)	9,60%	6,30%	11,60%
Tasa de paro (% de la población activa)	3,50%	4,60%	7,90%

**Fuente:** Datos macro, banco mundial, the global Economy.

En esta tabla podemos observar los indicadores económicos proporcionados por Datos macro (2024), Banco Mundial (2024) y The Global Economy (2024), donde indica que Países Bajos tiene el PIB más bajo en comparación con Canadá e Italia. El PIB per cápita de Países Bajos es el más alto, tiene más producción de bienes y servicios por persona, Canadá tiene un PIB per cápita ligeramente más bajo que Países Bajos, pero aún es considerablemente alto en comparación con Italia. La tasa de inflación es más alta en Italia, seguida de Países Bajos y Canadá. Y por último tenemos la tasa de paro es más baja en Países Bajos, lo que indica un mercado laboral más sólido en comparación con Canadá e Italia.

**Tabla 35.** Indicadores económicos de los países consumidores de uvilla

INDICADORES	Estados Unidos	China	Alemania
PIB (miles de millones de USD)	25.744.100	18.100.044	4.075.395
PIB per cápita (USD)	77.469,00	12.814	48.636
Tasa de inflación (%)	6,5%	1,8%	8,6%
Tasa de paro (% de la población activa)	3,3%	4,9%	3,0%

**Fuente:** Datos macro, banco mundial, the global Economy.

En esta tabla podemos observar los indicadores económicos proporcionados por Datos macro (2024), Banco Mundial (2024) y The Global Economy (2024), donde indica que Alemania tiene el PIB más bajo en comparación con Estados Unidos y China. El PIB per cápita de Estados Unidos es el más alto, lo que indica que tiene una mayor producción de bienes y servicios por persona, Alemania tiene un PIB per cápita bajo, pero aún es considerablemente alto en comparación con China. La tasa de inflación es más alta en Alemania, seguida de Estados Unidos y China. Y por último tenemos la tasa de paro es más baja en Alemania, lo que indica un mercado laboral más sólido en comparación con Estados Unidos y China.

**Tabla 36.** Indicadores económicos de los países consumidores de taxi

INDICADORES	Reino Unido	Países bajos	Hungría
PIB (miles de millones de USD)	3.081,87	993.681	177.337
PIB per cápita (USD)	45.461	56.489	18.629
Tasa de inflación (%)	10,5%	9,6%	24,5%
Tasa de paro (% de la población activa)	3,7%	3,5%	3,9%

**Fuente:** Datos macro, banco mundial, the global Economy.

En esta tabla podemos observar los indicadores económicos proporcionados por Datos macro (2024), Banco Mundial (2024) y The Global Economy (2024), donde indica que Reino Unido tiene el PIB más bajo en comparación con Países bajos y Hungría. El PIB per cápita de Países bajos es el más alto, lo que indica que tiene una mayor producción de bienes y servicios por persona, Reino Unido tiene un PIB per cápita bajo, pero aún es considerablemente alto en comparación con Hungría. La tasa de inflación es más alta en Hungría, seguida de Reino Unido y Países bajos, Y por último tenemos la tasa de paro es más baja en Países bajos, lo que indica un mercado laboral más sólido en comparación con Reino Unido y Hungría.

#### 4.1.9. Matriz cualitativa por puntos

La siguiente tabla presenta las calificaciones para los diferentes aspectos de la investigación.

**Tabla 37.** Calificaciones para la matriz cualitativa por puntos

	MUY BUENO	5
CALIFICACIÓN	BUENO	4
	REGULAR	3
	MALO	2
	MUY MALO	1

**Nota:** En esta tabla se asignan puntajes de 1 a 5, representando a muy bueno = 5, bueno = 4, regular = 3, malo = 2 y muy malo = 1.

Estos puntajes se derivan del análisis y comparación de los resultados del estudio de mercado de tres países seleccionados de cada fruta. Al final de cada factor, se calcula la suma total y se obtiene el resultado del país más apto para la comercialización.

**Tabla 38.** Matriz cualitativa por puntos del aguacate.

AGUACATE											
N°	CRITERIOS	IMPORTANCI A	PAISES BAJOS			CANADÁ			ITALIA		
			CALIFICACIÓ N	INDICE	PUNTAJ E	CALIFICACIÓ N	INDICE	PUNTAJ E	CALIFICACIÓ N	INDICE	PUNTAJ E
1	Población económicamente activa PEA	0,11	3	9.894.530	0,33	4	21.344.990	0,44	5	25.517.950	0,11
2	Tasa de desempleo	0,09	5	3,60%	0,45	4	5,80%	0,36	3	7,80%	0,27
3	Paridad del poder adquisitivo	0,11	3	0,95	0,33	4	1,23	0,44	2	0,72	0,22
4	Salario mínimo	0,1	5	1.995	0,5	4	1.757,1	0,4	4	1.747,2	0,4
5	Acuerdos comerciales vigentes	0,11	3	NMF	0,33	3	NMF	0,33	3	NMF	0,33
6	Control de corrupción	0,11	4	2,04	0,44	3	1,65	0,33	1	0,54	0,11
7	Tasa de crecimiento del saldo comercial	0,1	5	115,81%	0,5	3	20,98%	0,3	1	-191,18%	0,1
8	PIB per cápita	0,09	4	56.489	0,36	4	55.085	0,36	3	34.188	0,27
9	Tasa de inflación	0,09	2	9,60%	0,18	3	6,30%	0,27	1	11,60%	0,09
	TOTAL	<b>1</b>		<b>3,42</b>			<b>3,23</b>			<b>1,9</b>	

Para la ejecución de la Matriz cualitativa por puntos se tomó varios criterios de factores sociales, políticos y a su vez económicos con la finalidad de poder identificar qué país cuenta con el puntaje más apto para la comercialización de aguacate. Países bajos cuenta con una puntuación alta en varios criterios como tasa de desempleo, salario mínimo interprofesional, control de corrupción y en el PIB per cápita, Canadá cuenta con puntajes alto solo en criterios como población económicamente activa, tasa de crecimiento del saldo comercial y en la tasa de inflación, Italia cuenta con puntajes altos solo en la paridad del poder adquisitivo y por último en el criterio de acuerdos comerciales vigentes se muestra a los 3 países con la misma calificación, lo que indica que

todos tiene condiciones comerciales similares. Al sumar los puntajes de cada país seleccionado para la comercialización del aguacate se obtiene la puntuación total. En este caso Países Bajos tiene la puntuación total más alta, seguido por Canadá, mientras que Italia queda rezagada en tercer lugar.

**Tabla 39.** Matriz cualitativa por puntos de la uvilla

UVILLA											
N°	CRITERIOS	IMPORTANCIA	PAISES								
			ESTADOS UNIDOS			CHINA			ALEMANIA		
			CALIFICACIÓN	INDICE	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	INDICE	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	INDICE	PUNTAJE
1	Población económicamente activa PEA	0,11	4	169.229,170	0,44	5	781.831.680,00	0,55	3	44.366.100,00	0,33
2	Tasa de desempleo	0,09	3	3,70%	0,27	4	4,03%	0,36	5	3,10%	0,45
3	Paridad del poder adquisitivo	0,11	2	1	0,22	1	3,99	0,11	5	0,72	0,55
4	Salario mínimo	0,1	5	1.176	0,5	3	370,0	0,3	5	1997	0,5
5	Acuerdos comerciales vigentes	0,11	4	NMF	0,44	4	NMF	0,44	4	NMF	0,44
6	Control de corrupción	0,11	3	1,05	0,33	1	0,05	0,11	5	1,81	0,55
7	Tasa de crecimiento del saldo comercial	0,1	3	-5,32%	0,3	4	-18,25%	0,4	2	-28,85%	0,2
8	PIB per cápita	0,09	4	77.469	0,36	3	12.814	0,27	3	48.636	0,27
9	Tasa de inflación	0,09	3	6,50%	0,27	5	1,80%	0,45	2	8,60%	0,18
	TOTAL	<b>1</b>		<b>3,13</b>			<b>2,99</b>			<b>3,47</b>	

Para la ejecución de la Matriz cualitativa por puntos se tomó varios criterios de factores sociales, políticos y a su vez económicos con la finalidad de poder identificar qué país cuenta con el puntaje más apto para la comercialización de uvilla. China tiene la población económicamente activa más alta, seguido de Estados Unidos y luego Alemania, en la tasa de desempleo más bajo se muestra a Alemania, para la paridad del poder adquisitivo muestra como líder a Alemania, el salario mínimo más alto tiene Estados Unidos, los acuerdos comerciales vigentes tiene la misma puntuación en donde indica que los 3 países tienen condiciones comerciales similares, Alemania cuenta con un control de corrupción más alto, seguido de Estados y luego China, en la tasa de crecimiento del saldo comercial Alemania tiene el mejor desempeño, en el PIB per cápita muestra a Estados Unidos como líder de este criterio y por último la tasa de inflación muestra a china como el país con menor tasa de inflación. Al sumar los puntajes de cada país seleccionado para la comercialización de la uvilla se obtiene la puntuación total. En este caso Alemania tiene la puntuación total más alta, seguido por Estados Unidos y luego China.

**Tabla 40.** Matriz cualitativa por puntos del taxo

TAXO											
N°	CRITERIOS	IMPORTANCIA	PAISES								
			REINO UNIDO			PAISES BAJOS			HUNGRÍA		
			CALIFICACIÓN	INDICE	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	INDICE	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	INDICE	PUNTAJE
			N		E	N		E	N		E
1	Población económicamente activa PEA	0,11	5	34.460.380	0,55	4	9.894.530	0,44	3	4.926.010	0,33
2	Tasa de desempleo	0,09	3	4,00%	0,27	4	3,60%	0,36	3	4,10%	0,27
3	Paridad del poder adquisitivo	0,11	5	0,67	0,55	4	0,95	0,44	1	300.722,60	0,11
4	Salario mínimo interprofesional	0,1	4	1.929,2	0,4	5	1.995,0	0,5	1	487,1	0,1
5	Acuerdos comerciales vigentes	0,11	4	NMF	0,44	4	NMF	0,44	4	NMF	0,44

<b>6</b>	Control de corrupción	0,11	3	1,67	0,33	4	2,04	0,44	1	0,04	0,11
<b>7</b>	Tasa de crecimiento del saldo comercial	0,1	3	32,75%	0,3	5	115,81%	0,5	1	-3,41%	0,1
<b>8</b>	PIB per cápita	0,09	4	45.461	0,36	5	56.489	0,45	3	18.629	0,27
<b>9</b>	Tasa de inflación	0,09	3	10,50%	0,27	3	9,50%	0,27	2	24,50%	0,18
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,47</b>			<b>3,84</b>			<b>1,91</b>	

Para la ejecución de la Matriz cualitativa por puntos se tomó varios criterios de factores sociales, políticos y a su vez económicos con la finalidad de poder identificar qué país cuenta con el puntaje más apto para la comercialización del taxo. Reino Unido cuenta con la población económicamente activa más alta, seguido de Países Bajos y luego Hungría, en la tasa de desempleo más bajo se muestra a Reino Unido y Hungría, para la paridad del poder adquisitivo muestra como líder a Reino Unido, el salario mínimo más alto tiene Países Bajos los acuerdos comerciales vigentes tiene la misma puntuación en donde indica que los 3 países tienen condiciones comerciales similares, Países Bajos cuenta con un control de corrupción más alto, seguido de Reino Unido y luego Hungría, en la tasa de crecimiento del saldo comercial Países Bajos cuenta con el mejor desempeño, en el PIB per cápita muestra a Países bajos como líder de este criterio y por último la tasa de inflación muestra a Hungría como el país con mayor tasa de inflación. Al sumar los puntajes de cada país seleccionado para la comercialización del taxo se obtiene la puntuación total. En este caso Países Bajos tiene la puntuación total más alta, seguido por Reino Unido y Hungría.

4.1.11. Demanda insatisfecha.

**Tabla 41.** Demanda insatisfecha del aguacate

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Países Bajos	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)	% Cobertura Nacional	% Cobertura Empresa
2019	0	348.882.589	317.984.174	30.898.415	17.407.585	1,77	4,80	3,03	0,019%	0,06%
2020	0	414.968.544	374.547.743	40.420.801	17.475.415	2,31	4,80	2,49	0,062%	0,19%
2021	0	458.120.939	410.891.774	47.229.165	17.590.672	2,68	4,80	2,12	0,000%	0,00%
2022	0	436.655.012	428.345.579	8.309.433	17.811.291	0,47	4,80	4,33	0,903%	2,72%
2023	0	397.355.025	335.368.295	61.986.730	17.463.930	3,55	4,80	1,25	0,103%	0,31%
2024	0	446.785.824	399.997.336	46.788.487	17.684.348	2,67	4,80	2,13	0,179%	0,54%
2025	0	431.924.527	379.980.429	51.944.098	17.721.581	2,97	4,80	1,83	0,235%	0,71%
2026	0	413.037.259	345.831.216	67.206.043	17.721.802	3,85	4,80	0,95	0,291%	0,87%
2027	0	417.551.927	305.654.615	111.897.312	17.727.795	6,41	4,80	-1,61	0,257%	0,77%
2028	0	425.982.581	273.850.943	152.131.638	18.059.520	8,72	4,80	-3,92	0,356%	1,07%

**Nota:** La tabla expresa las importaciones, exportaciones, consumo aparente, población de Alemania, consumo per cápita, déficit de consumo, la cobertura nacional y empresarial.

El déficit de consumo del aguacate es la cantidad que se estima no se ha cubierto en la demanda del mercado de Países Bajos, según expertos de la salud recomiendan que el consumo de aguacate al año debe ser al menos de 4,80 kilogramos por persona, pero cabe destacar que el consumo real del año 2022 fue de 0,47 kilogramos por persona, esto nos indica que aún existe una demanda insatisfecha de 4,33 kilogramos, concluyendo podemos establecer que por el déficit de consumo de aguacate favorece la presente investigación.

**Tabla 42.** Demanda insatisfecha de la uvilla

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Alemania	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)	% Cobertura Nacional	% Cobertura Empresa
2019	0	76.715.000	68.600.000	8.115.000	83.166.711	0,10	3,60	3,50	0,246%	0,74%
2020	0	75.733.000	65.465.000	10.268.000	83.155.031	0,12	3,60	3,48	0,321%	0,97%
2021	0	87.061.000	81.779.000	5.282.000	83.237.124	0,06	3,60	3,54	0,208%	4,53%
2022	0	124.759.000	89.034.000	35.725.000	84.358.845	0,42	3,60	3,18	0,132%	0,40%
2023	0	82.375.000	56.849.000	25.526.000	84.700.000	0,30	3,60	3,30	0,000%	0,59%
2024	0	107.432.400	72.365.500	35.066.900	85.004.660	0,41	3,60	3,19	0,041%	0,59%
2025	0	118.957.200	68.646.900	50.310.300	86.155.985	0,59	3,60	3,01	0,004%	0,43%
2026	0	127.349.820	52.268.530	75.081.290	87.933.092	0,88	3,60	2,72	0,014%	0,27%
2027	0	137.232.988	30.792.962	106.440.026	90.793.204	1,25	3,60	2,35	0,026%	0,28%
2028	0	205.412.859	5.638.246	199.774.613	97.497.775	2,35	3,60	1,25	0,024%	0,21%

**Nota:** La tabla expresa las importaciones, exportaciones, consumo aparente, población de Alemania, consumo per cápita, déficit de consumo, la cobertura nacional y empresarial.

El déficit de consumo de Uvilla es la cantidad que se estima no se ha cubierto en la demanda del mercado de Alemania, según expertos de la salud recomiendan que el consumo de uvilla al año debe ser al menos de 3,60 kilogramos por persona, pero cabe destacar que el consumo real del año 2022 fue de 0,42 kilogramos por persona, esto nos indica que aún existe una demanda insatisfecha de 3,18 kilogramos, concluyendo podemos establecer que por el déficit de consumo de uvilla favorece la presente investigación.

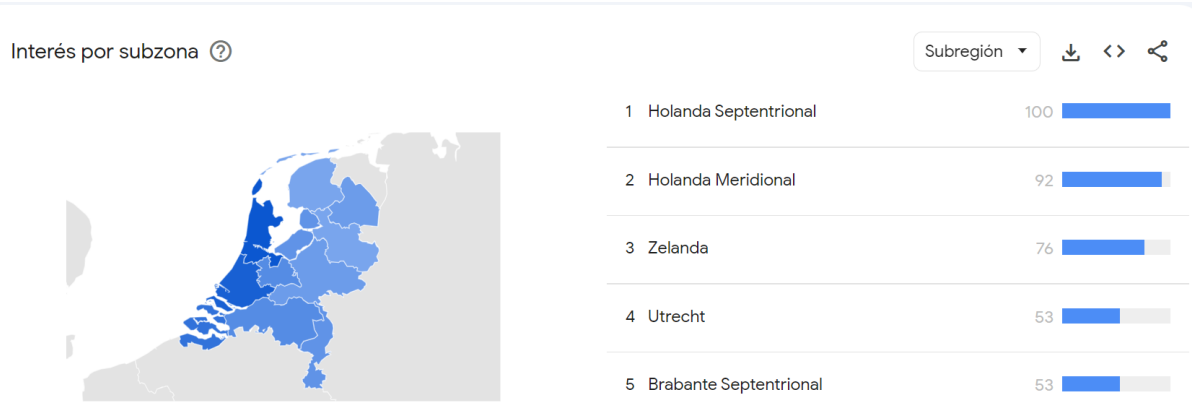
**Tabla 43.** Demanda insatisfecha del taxo

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Países Bajos	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)	% Cobertura Nacional	% Cobertura Empresa
2019	0	16.000.000	5.140.000	10.860.000	17.407.585	0,62	3,12	2,50	0,009%	0,55%
2020	0	20.482.000	6.536.000	13.946.000	17.475.415	0,80	3,12	2,32	0,000%	0,72%
2021	0	17.219.000	6.610.000	10.609.000	17.590.672	0,60	3,12	2,52	0,000%	2,24%
2022	0	13.338.000	9.583.000	3.755.000	17.811.291	0,21	3,12	2,91	0,027%	3,81%
2023	0	13.121.000	5.969.000	7.152.000	17.463.930	0,41	3,12	2,71	0,000%	2,13%
2024	0	12.161.400	8.179.100	3.982.300	17.684.348	0,22	3,12	2,90	0,003%	5,19%
2025	0	6.968.600	8.433.500	-1.464.900	17.721.581	-0,09	3,12	3,21	-0,020%	-14,96%
2026	0	1.722.900	8.876.470	-7.153.570	17.721.802	-0,41	3,12	3,53	-0,002%	-2,86%
2027	0	-8.167.180	8.839.078	-17.006.258	17.727.795	-0,98	3,12	4,10	-0,003%	-1,76%
2028	0	-31.949.058	12.565.698	-44.514.756	18.059.520	-2,55	3,12	5,67	-0,002%	-0,95%

**Nota:** La tabla expresa las importaciones, exportaciones, consumo aparente, población de Alemania, consumo per cápita, déficit de consumo, la cobertura nacional y empresarial.

El déficit de consumo de taxo es la cantidad que se estima no se ha cubierto en la demanda del mercado de Países Bajos, según expertos de la salud recomiendan que el consumo de taxo al año debe ser al menos de 3,12 kilogramos por persona, pero cabe destacar que el consumo real del año 2022 fue de 0,21 kilogramos por persona, esto nos indica que aún existe una demanda insatisfecha de 2,91 kilogramos, concluyendo podemos establecer que por el déficit de consumo de taxo favorece la presente investigación.

#### 4.1.12. Segmentación de mercado.



**Figura 2.** Segmentación de mercado para el aguacate

La figura representa la segmentación de mercado mediante la página de Google Trends, mostrando que el interés de búsqueda está en la provincia de Holanda Septentrional.



**Figura 3.** Segmentación de mercado para la exportación de aguacate

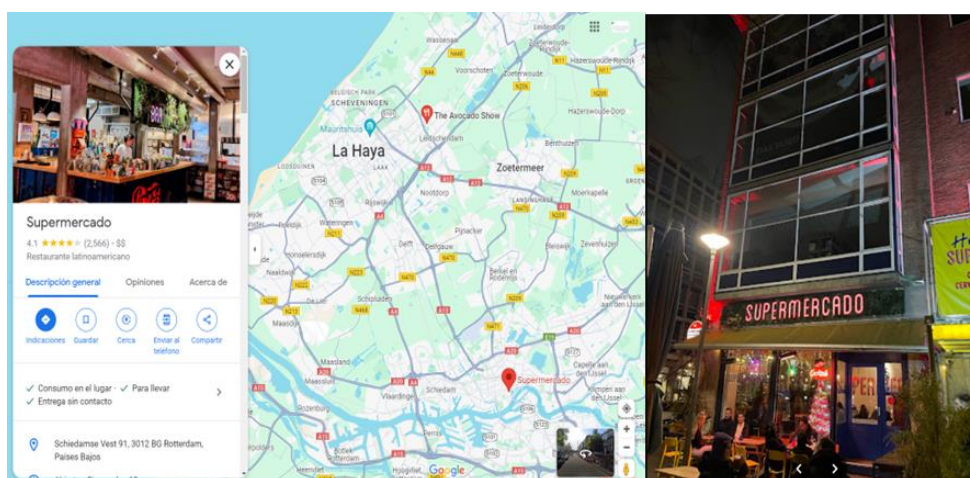
Según Fresh Plaza (2021) en los últimos años los Países Bajos han emergido como un importante punto de entrada para los aguacates. En 2020, las importaciones de aguacates experimentaron un aumento significativo del 19% en comparación con 2019. Es importante destacar que la mayoría abrumadora de los aguacates que llegan a los países bajos no se quedan en el mercado nacional, sino que se destinan

principalmente al mercado europeo a través de procesos de reexportación. Solo alrededor del 9 % de las importaciones se distribuyen en el mercado holandés.

**Tabla 44.** Población de la ciudad Haya

CIUDAD	LA HAYA - HOLANDA MERIDIONAL
<b>AÑO</b>	POBLACION
<b>2019</b>	470,61
<b>2020</b>	471,65
<b>2021</b>	472,70
<b>2022</b>	473,75
<b>2023</b>	474,79
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	0,18%

En la presente tabla podemos observar un análisis en porcentaje de la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de La Haya, la misma en la que se pretende comercializar el producto caso de estudio, observamos que su población obtuvo un crecimiento del 0.18% en los últimos 5 años, datos proporcionados por (Datos Macro, 2024).



**Figura 4.** Ubicación del comprador de aguacate

El supermercado está ubicado en Schiedams Vest 91, 3012 BG Rotterdam, Países Bajos, su sitio web es <http://www.supermercadorotterdam.nl/> y su contacto telefónico es +31104048070, su horario de atención es desde el martes de 9am a 9pm hasta el domingo, se catalogó como comprador más adecuado al tener un horario tan flexible. en los últimos años el aguacate se ha vuelto una fruta muy atractiva para los extranjeros ya que aporta vitaminas únicas al ser humano.

**Tabla 45.** Requisitos de Agrocalidad para exportación de aguacate

<b>AGUACATE</b>	
<b>PAISES BAJOS</b>	<b>REQUISITOS PARA EXPORTACION</b>
<b>1</b>	Certificado Fitosanitario de Exportación.
<b>2</b>	Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso
<b>3</b>	El material va libre de impurezas o material extraño.
<b>4</b>	El envío se encuentra en envases nuevos y de primer uso.
<b>5</b>	El envío va libre de plagas y suelo.

**Fuente:** Agrocalidad.

Agrocalidad (2024) indica los requisitos establecidos por el país destino, los cuales deben ser respetados para el ingreso y comercialización al país, la información fue obtenida de la página oficial de Agrocalidad revisar anexo 8.

**Tabla 46.** Fases de internacionalización

Estrategias de internacionalización	Fases de internacionalización					
	1	2	3	4	5	6
	<b>Económica</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Política</b>	<b>Tecnológica</b>	<b>Legales</b>	<b>Socio Culturales</b>
<b>Exportación directa</b>	Debe registrarse como exportador en SENA	No requiere infraestructura, puede alquilar bodegas.	Requiere conocer de las barreras arancelarias y no arancelarias	No requiere recursos tecnológicos	Requiere permisos de exportación y documentos de control	No requiere aspectos culturales
	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo
<b>Exportación indirecta</b>	Debe registrarse como exportador en SENA	No requiere infraestructura, puede alquilar bodegas.	Requiere conocer de las barreras arancelarias y no arancelarias	No requiere recursos tecnológicos	Requiere permisos de exportación y documentos de control	No requiere aspectos culturales
	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo	Gasto mínimo
<b>Piggy Back</b>	Establecer un contrato con otra empresa	Requiere invertir en bodegas propias	Requiere conocer las políticas sanitarias y etiquetado	Si requiere recursos tecnológicos para la distribución	Requiere contrato, permisos fitosanitarios y permisos municipales	Si requiere aspectos culturales como gustos y preferencias
	Gasto moderado	Gasto alto	Gasto alto	Gasto alto	Gasto alto	Gasto alto
<b>Joint Venture</b>	Invertir altos valores económicos	Requiere invertir en infraestructura productiva	Requiere conocer las políticas sanitarias para la producción con sostenibilidad	Si requiere recursos tecnológicos para la producción	Requiere contrato, permisos fitosanitarios y permisos municipales	Si requiere aspectos culturales como gustos y preferencias
	Gasto alto	Gasto alto	Gasto moderado	Gasto alto	Gasto alto	Gasto alto
<b>Franquicia</b>	Invertir altos valores económicos	Requiere invertir nuevos locales de venta	Requiere ejercer derechos contraídos con el franquiciador	No requiere recursos tecnológicos	Requiere contrato, canon de entrada y derechos de patente de producción	Si requiere aspectos culturales como gustos y preferencias
	Gasto alto	Gasto alto	Gasto alto	Gasto mínimo	Gasto alto	Gasto alto

**Fuente:** CONNEXT (2022)

Según CONNEXT (2022), considera seis fases de internacionalización, siendo los factores económicos, infraestructura, política, tecnológica, legales y socio culturales, la tabla califica en escala de colores de semaforización para medir el gasto por cada estrategia de internacionalización

**Tabla 47.** Fases de internacionalización Aguacate

Estrategias de internacionalización	Aguacate	
	Ventajas	Desventajas
<b>Exportación directa</b>	La empresa tiene capacidad para exportar de forma directa	
<b>Exportación indirecta</b>	La empresa tiene capacidad para exportar de forma indirecta	
<b>Piggy Back</b>		No posee los recursos financieros
<b>Joint Venture</b>		No posee los recursos financieros
<b>Franquicia</b>		No posee los recursos financieros

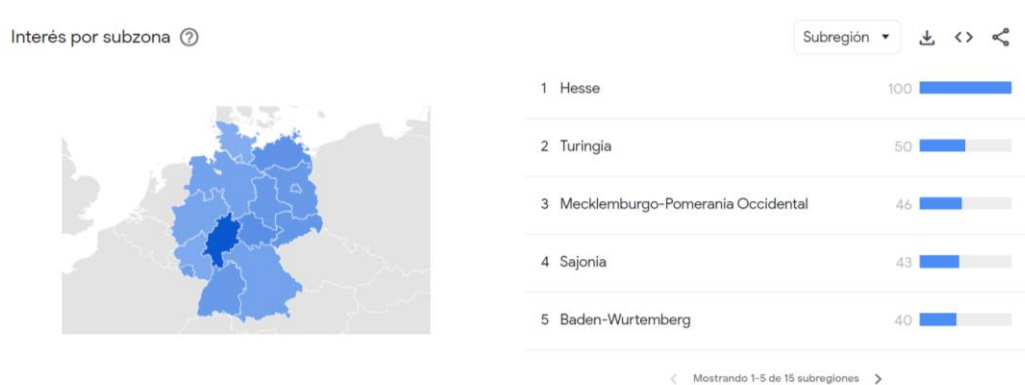
La tabla considera las fases de internacionalización considerando las ventajas y desventajas para el aguacate, considerando los recursos de la empresa y el ciclo de vida del producto se destaca que tiene ventajas en la exportación directa e indirecta, para piggy back, joint venture y franquicia poseen una desventaja.

**Tabla 48.** Estrategias de internacionalización para el aguacate

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	Factor Influyente 1		Factor Influyente 2		Factor Influyente 3		Factor Influyente 4		Factor Influyente 5		TOTAL
	Arancel	Calificación	Estabilidad Política	Calificación	Paridad del Poder Adquisitivo	Calificación	Gasto consumo hogares	Calificación	Balanza Comercial	Calificación	
Exportación Directa		3		1		3		2		3	12
Exportación Indirecta		3		1		3		2		3	12
Piggy Back	4%	2	5,55	2	0,95	2	\$26.333,00	2	115,81%	3	11
Joint Venture		1		3		1		3		1	9
Franquicia		1		3		1		3		1	9

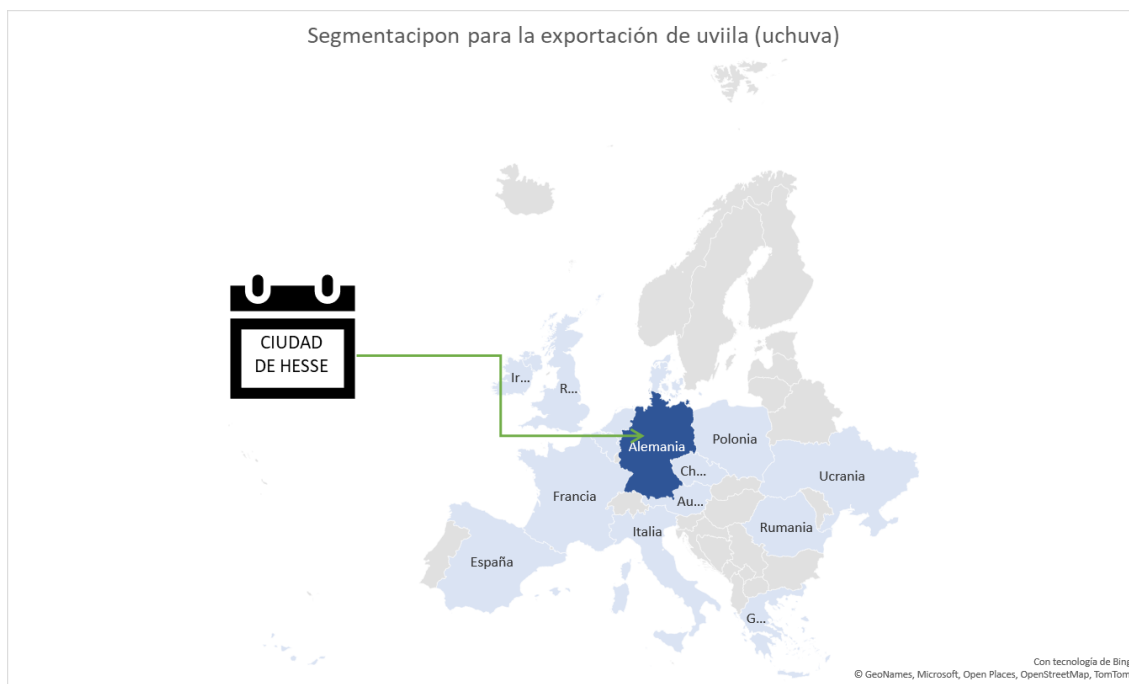
**Nota:** Sus valores van de 1 a 3 destacadas como oportunidades, siendo 1= bajo, 2 = medio y 3= alto.

En la tabla podemos observar las diferentes estrategias de internacionalización y los factores más importantes que influyen en estas. Como primer factor el arancel, cuyo porcentaje es del 4 %, siendo un valor bajo en el que es favorable según la calificación para la exportación ya que no afecta al precio final del producto. Para el factor 2 nos indica que entre mejor sea la estabilidad política del país es más factible para estrategias como Joint Venture Franquicia según su calificación. En el factor 3 observamos que la calificación para la exportación es alta ya que el puntaje de la paridad de poder adquisitivo tiene un valor de 0,95 dejando a este en una posición favorable para la exportación. El factor influyente el cual nos indica el consumo de los hogares siendo este un valor alto dejando a Joint Venture y la Franquicia como métodos más factibles. En el factor influyente 5, la balanza comercial de este país nos indica un valor de crecimiento del 115,81% motivo por el cual las exportaciones influyen más en su saldo comercial dejando al método de internacionalización de exportación como el más factible. Como conclusión los métodos de exportación directa e indirecta obtienen los puntajes más altos mostrando ser estos las estrategias adecuadas para la comercialización.



**Figura 5.** Segmentación de mercado de la uvilla

La figura representa la segmentación de mercado mediante la página de Google Trends, mostrando que el interés de búsqueda está en el estado de Hesse.



**Figura 6.** Segmentación de mercado para la exportación de uvilla

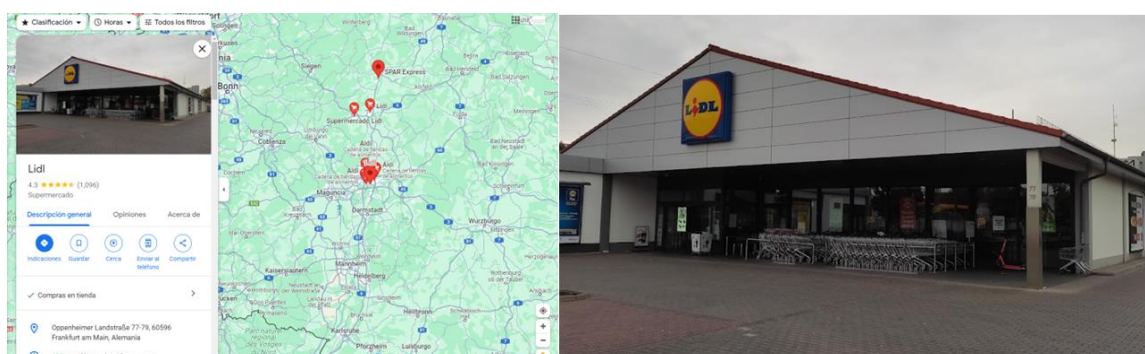
Según Simmonds (2018), menciona que la uchuva cuando se introduce en los mercados europeos suele destinarse principalmente a la decoración de platos, cocteles y ensaladas, así como a la producción de jugos y snacks. Cuando se trata de fruta procesada, la uchuva encuentra aplicación como ingrediente en barras de cereal y energéticas. Además, se comercializa en forma deshidratada, a menudo combinada con otros ingredientes como frutos secos, siendo especialmente atractiva para consumidores orientales.

**Tabla 49.** Población del estado de Hesse

CIUDAD	HESSE - ALEMANIA
<b>AÑO</b>	<b>POBLACION</b>
2019	6.115.015
2020	6.124.525
2021	6.133.043
2022	6.131.809
2023	6.123.838
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	0,03%

**Fuente:** Datos macro.

En esta tabla podemos observar un análisis en porcentaje de la tasa de crecimiento de la población del estado de Hesse, el mismo en el que se pretende comercializar el producto caso de estudio, observamos que su población creció un 0.03 % en los últimos 5 años, datos proporcionados por Datos Macro (2024).



**Figura 7.** Ubicación del comprador de uvilla

El supermercado LIDL está ubicado en Oppenheimer Landstraße 77-79, 60596 Frankfurt am Main, Alemania, su sitio web es <https://www.lidl.de/> y su contacto telefónico es +498004353361, su horario de atención es desde el lunes de 7am a 10pm hasta el sábado, se catalogó como comprador más adecuado al tener un horario tan flexible en donde las personas pueden adquirir la uvilla con facilidad.

**Tabla 50.** Requisitos de Agrocalidad para exportación de uvilla

<b>UVILLA</b>	
<b>ALEMANIA</b>	REQUISITOS PARA EXPORTACION
<b>1</b>	Certificado Fitosanitario de Exportación.
<b>2</b>	Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso
<b>3</b>	El material va libre de impurezas o material extraño.
<b>4</b>	El envío se encuentra en envases nuevos y de primer uso.
<b>5</b>	El envío va libre de plagas y suelo.

**Fuente:** Agrocalidad.

Agrocalidad (2024) indica los requisitos establecidos por el país destino, los cuales deben ser respetados para el ingreso y comercialización al país.

**Tabla 51.** Fases de internacionalización Uvilla

<b>Estrategias de internacionalización</b>	<b>Uvilla</b>	
	Ventajas	Desventajas
<b>Exportación directa</b>	La empresa tiene capacidad para exportar de forma directa	
<b>Exportación indirecta</b>	La empresa tiene capacidad para exportar de forma indirecta	
<b>Piggy Back</b>	El producto es seco podría tener posibilidades de acceder a un canal de distribución	
<b>Joint Venture</b>		No posee los recursos financieros
<b>Franquicia</b>		No posee los recursos financieros

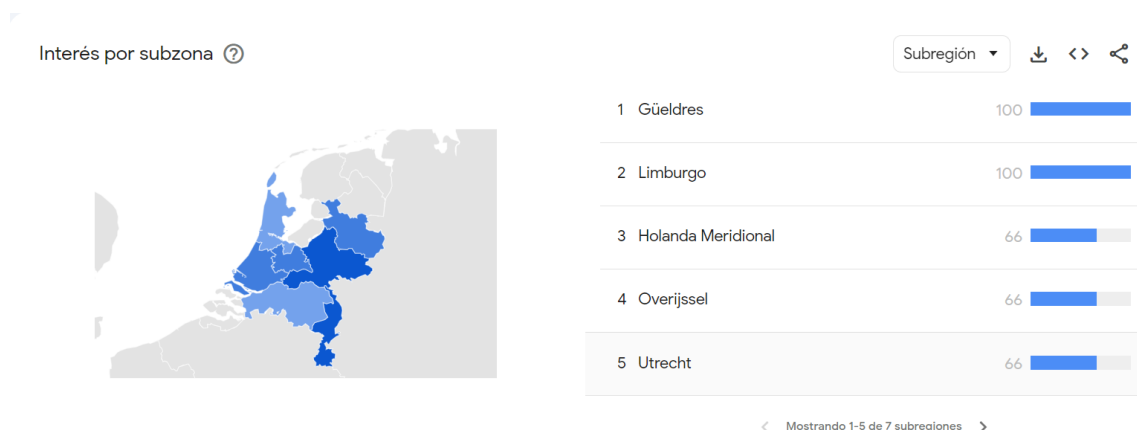
La tabla considera las fases de internacionalización considerando las ventajas y desventajas para la uvilla, considerando los recursos de la empresa y el ciclo de vida del producto el cual al ser un producto seco tiene gran durabilidad, se destaca que tiene ventajas en la exportación directa e indirecta y piggy back para el joint venture y franquicia poseen una desventaja.

**Tabla 52.** Estrategias de internacionalización para la uvilla

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	Factor Influyente 1		Factor Influyente 2		Factor Influyente 3		Factor Influyente 4		Factor Influyente 5		TOTAL
	Arancel	Calificación	Estabilidad Política	Calificación	Paridad del Poder Adquisitivo	Calificación	Gasto consumo hogares	Calificación	Balanza Comercial	Calificación	
Exportación Directa		3		1		3		1		3	11
Exportación Indirecta		3		1		3		1		3	11
Piggy Back	3%	2	4,75	2	0,72	2	\$ 4.489,00	1	28,85%	3	10
Joint Venture		1		3		1		3		1	9
Franquicia		1		3		1		3		1	9

**Nota:** Sus valores van de 1 a 3 destacadas como oportunidades, siendo 1= bajo, 2 = medio y 3= alto.

En la tabla podemos observar las diferentes estrategias de internacionalización y los factores más importantes que influyen en estas. Como primer factor el arancel, en el cual el porcentaje es del 3,2% siendo este un valor bajo en el cual es favorable según la calificación para la exportación ya que no afecta al precio final del producto. Para el factor 2 nos indica que entre mejor sea la estabilidad política del país es más factible para estrategias como Joint Venture y Franquicia según su calificación. En el factor 3 observamos que la calificación para la exportación es alta ya que el puntaje de la paridad de poder adquisitivo tiene un valor de 0,72 dejando a este en una posición favorable para la exportación. El factor influyente el cual nos indica el consumo de los hogares siendo este un valor alto dejando a Joint Venture y la Franquicia como métodos más factibles. En el factor influyente 5, la balanza comercial de este país nos indica un valor de crecimiento del 28,85% motivo por el cual las exportaciones influyen más en su saldo comercial dejando al método de internacionalización de exportación como el más factible. Como conclusión los métodos de exportación directa e indirecta obtienen los puntajes más altos mostrando ser estos las estrategias adecuadas para la comercialización



**Figura 8.** Segmentación de mercado para el taxi

El gráfico representa la segmentación de mercado mediante la página de Google Trends, mostrando que el interés de búsqueda está en la ciudad de Güeldres.



**Figura 9.** Segmentación de mercado para la exportación de taxi

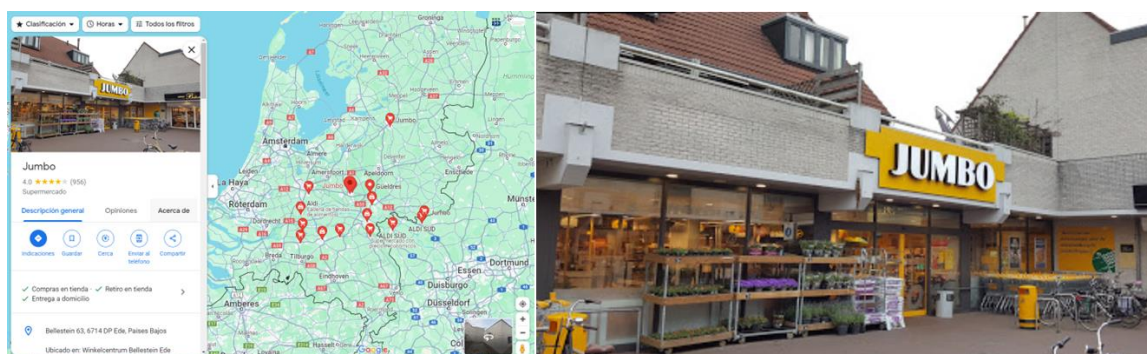
Según Portal Frutícola (2023), los datos estadísticos proporcionan que la cantidad total de fruta exportada representa un crecimiento del 25% al realizar una comparación entre los periodos de 2022 y 2023. La curuba, además de destacarse en exportaciones, se distingue por su alto contenido de vitamina C, que fortalece el sistema inmunológico, y por la presencia de vitamina A, que contribuye a la salud ocular y al mantenimiento de una piel saludable.

**Tabla 53.** Población de la ciudad Güeldres

CIUDAD	GÜELDRES - PAÍSES BAJOS
<b>AÑO</b>	POBLACION
<b>2019</b>	2.064.507,00
<b>2020</b>	2.069.065,00
<b>2021</b>	2.073.680,00
<b>2022</b>	2.078.312,00
<b>2023</b>	2.082.878,00
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	0,18%

**Fuente:** Datos macro.

En la presente tabla podemos observar un análisis en porcentaje de la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Güeldres, la misma en la que se pretende comercializar el producto caso de estudio, observamos que su población obtuvo un crecimiento del 0.18% en los últimos 5 años, datos proporcionados por (Datos Macro, 2024).



**Figura 10.** Ubicación del comprador de taxi

El supermercado JUMBO está ubicado en Bellesteijn 63, 6714 DP Ede, Países Bajos, su sitio web es <http://www.jumbo.com/winkels/jumbo-edde-bellesteijn> y su contacto telefónico es +31318698560, su horario de atención es desde el lunes de 7am a 10pm hasta el sábado, se catalogó como comprador más adecuado al tener un horario tan flexible en donde las personas pueden adquirir la uvilla con facilidad.

**Tabla 54.** Requisitos de Agrocalidad para exportación de taxo

<b>TAXO</b>	
<b>PAISES BAJOS</b>	<b>REQUISITOS PARA EXPORTACION</b>
<b>1</b>	Certificado Fitosanitario de Exportación.
<b>2</b>	Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso
<b>3</b>	El material va libre de impurezas o material extraño.
<b>4</b>	El envío se encuentra en envases nuevos y de primer uso.
<b>5</b>	El envío va libre de plagas y suelo.

**Fuente:** Agrocalidad.

Agrocalidad (2024) indica los requisitos establecidos por el país destino, los cuales deben ser respetados para el ingreso y comercialización al país.

**Tabla 55.** Fases de internacionalización Taxo

<b>Estrategias de internacionalización</b>	<b>Taxo</b>	
	Ventajas	Desventajas
<b>Exportación directa</b>	La empresa tiene capacidad para exportar de forma directa	
<b>Exportación indirecta</b>	La empresa tiene capacidad para exportar de forma indirecta	
<b>Piggy Back</b>		No posee los recursos financieros e infraestructura para productos perecibles
<b>Joint Venture</b>		No posee los recursos financieros
<b>Franquicia</b>		No posee los recursos financieros

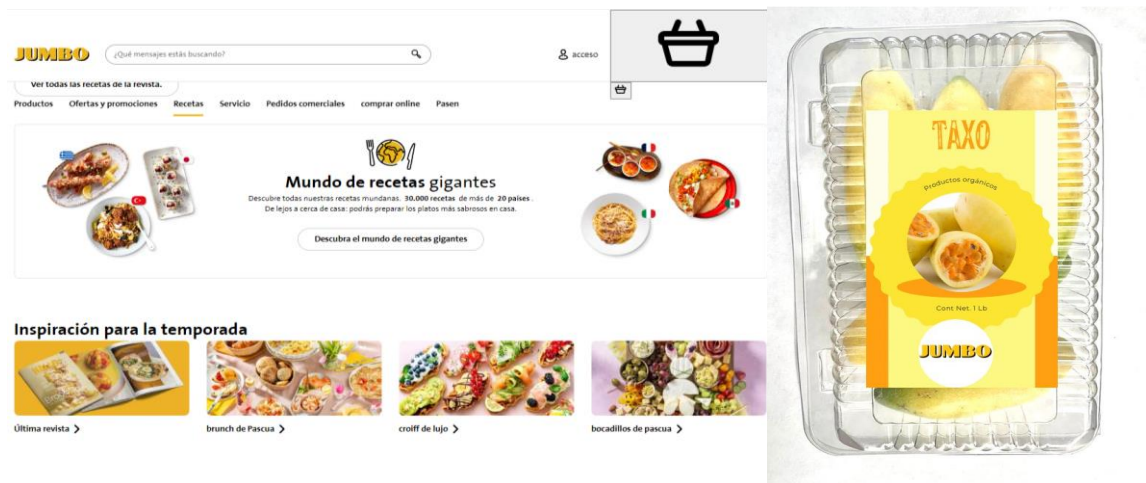
La tabla considera las fases de internacionalización considerando las ventajas y desventajas para la Taxo, considerando los recursos de la empresa y el ciclo de vida del producto se destaca que tiene ventajas en la exportación directa e indirecta, para Piggy Back, Joint Venture y franquicia poseen una desventaja.

**Tabla 56.** Estrategias de internacionalización para el taxi

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	Factor Influyente 1		Factor Influyente 2		Factor Influyente 3		Factor Influyente 4		Factor Influyente 5		TOTAL
	Arancel	Calificación	Estabilidad Política	Calificación	Paridad del Poder Adquisitivo	Calificación	Gasto consumo hogares	Calificación	Balanza Comercial	Calificación	
<b>Exportación Directa</b>		1		1		3		1		3	9
<b>Exportación Indirecta</b>		1		1		3		1		3	9
<b>Piggy Back</b>	12,8%	2	5,55	2	0,95	2	\$19.644,00	2	115,81%	2	10
<b>Joint Venture</b>		2		3		1		3		1	10
<b>Franquicia</b>		3		3		1		3		1	11

**Nota:** Sus valores van de 1 a 3 destacadas como oportunidades, siendo 1= bajo, 2 = medio y 3= alto.

En la tabla podemos observar las diferentes estrategias de internacionalización y los factores más importantes que influyen en estas. Como primer factor el arancel, cuyo porcentaje es del 12,8%, es un valor alto y no es, ya que afecta al precio final del producto. Para el factor 2 nos indica que entre mejor sea la estabilidad política del país es más factible para estrategias como Joint Venture y Franquicia. En el factor 3 observamos que la calificación para la exportación es alta ya que el puntaje de la paridad de poder adquisitivo tiene un valor de 0,95 dejando a este en una posición favorable para la exportación. El factor influyente consumo de los hogares siendo este un valor alto dejando a Joint Venture y la Franquicia como métodos más factibles. En el factor influyente 5, la balanza comercial de este país nos indica un valor de crecimiento del 115,81% motivo por el cual las exportaciones influyen más en su saldo comercial dejando al método de internacionalización de exportación como el más factible. Como conclusión el método de franquicia obtiene el puntaje más alto mostrando ser la estrategia adecuadas para la comercialización.



**Figura 11.** Franquicia JUMBO

La siguiente Figura detalla el enfoque estratégico para la comercialización del taxo en los mercados internacionales Jumbo. Bajo este plan, el producto será introducido con la marca del supermercado, lo que garantizará su reconocimiento y coherencia en el mercado. Además, se promoverá su versatilidad culinaria al ser empleado en recetas asociadas con la marca. Este enfoque integral no solo fortalecerá la presencia de taxo en los mercados internacionales, sino que también aprovechará la asociación con la reputación y la calidad de la marca para maximizar su impacto y aceptación entre los consumidores.

#### 4.1.13. Estudio Técnico

##### 4.1.13.1. Macro localización del vendedor



**Figura 12.** Macro localización del vendedor

Según la figura corresponde a la macro localización de la parroquia de la Armenia la cual pertenece al cantón Pimampiro, provincia de Imbabura ubicada al norte del país, su clima es su principal factor de producción de aguacate, uvilla y taxo, la parroquia posee muchos productores, se selecciona a la ASOCIACIÓN SAN JUAN

AMARANTES C.A, a cargo de GUNCHA IRUA JULIO RICARDO, con numero de RUC: 1091788302001, al ser una asociación ya constituida en el Ecuador debe cumplir con los requisitos para calificar y registrarse como una asociación exportadora de frutas.

**Tabla 57.** Proceso de producción

<b>FRUTAS</b>	<b>AGUACATE</b>	<b>UVILLA</b>	<b>TAXO</b>
	Análisis de suelo	Análisis de suelo	Análisis de suelo
	Preparación de suelo	Preparación de suelo	Preparación de suelo
	Reservorio	Reservorio	Reservorio
	Hoyado	Hoyado	Hoyado
<b>FASE 1</b>	Fertilización de fondo	Fertilización de fondo	Fertilización de fondo
	Desinfección de plantas y suelo	Desinfección de plantas y suelo	Desinfección de plantas y suelo
	Plantación	Plantación	Plantación
	Sistema de riego por goteo	Sistema de riego por goteo	Sistema de riego por goteo
	Fertilización de fondo para la plantación	Fertilización de fondo para la plantación	Fertilización de fondo para la plantación
	Abono orgánico	Abono orgánico	Abono orgánico
	Sulfato de Mg	Sulfato de Mg	Sulfato de Mg
	Sulfato de Zinc	Sulfato de Zinc	Sulfato de Zinc
	Otros Micros	Otros Micros	Otros Micros
<b>FASE 2</b>	Fertilización de mantenimiento	Fertilización de mantenimiento	Fertilización de mantenimiento
<b>CRECIMIENTO</b>	Urea	Urea	Urea
	Sulfato de Potasio	Sulfato de Potasio	Sulfato de Potasio
	Sulfato de Mg	Sulfato de Mg	Sulfato de Mg
	Nitrato de Calcio	Nitrato de Calcio	Nitrato de Calcio
	Sulfato de Calcio	Sulfato de Calcio	Sulfato de Calcio
	Sulfato de Zinc	Sulfato de Zinc	Sulfato de Zinc
	Ácido Bórico	Ácido Bórico	Ácido Bórico
	Compost/ Gallinaza descompuesta	Compost/ Gallinaza descompuesta	Compost/ Gallinaza descompuesta
	Deshierba y coronamiento	Deshierba y coronamiento	Deshierba y coronamiento
<b>FASE 3</b>	Poda	Poda	Poda
	Control de maleza	Control de maleza	Control de maleza
	Cosecha manual	Cosecha manual	Cosecha manual
<b>FASE 4</b>	Selección a granel	Selección a granel y deshidratación de fruta	Selección a granel

#### 4.1.13.2. Macro localización del vendedor



**Figura 13.** Micro localización del vendedor

La Asociación San Juan Amarantes, es quien produce frutas, sus instalaciones son adecuadas para el cultivo, almacenamiento y empaque de los productos frutícolas en estudio, adicional tiene experiencia con el cultivo de todo tipo de plantas frutícolas, de igual forma su equipo de trabajo está capacitado para la selección de aguacate, uvilla y taxo, productos frescos y de calidad para su comercialización en el mercado internacional.

#### 4.1.13.3. Estructura de la planta

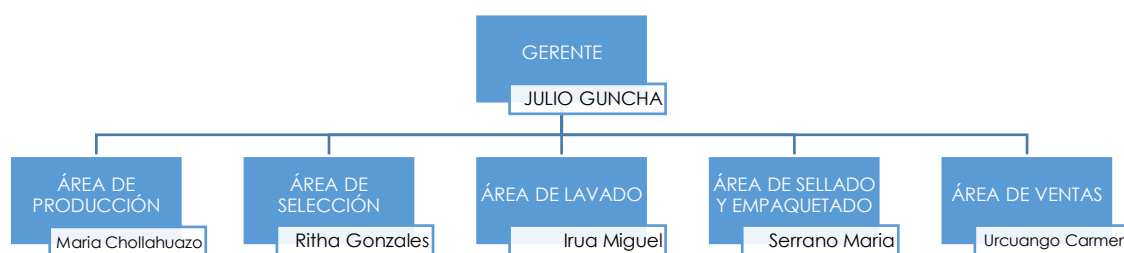
El propósito de planificar la disposición física es identificar la ubicación óptima de los componentes del negocio para optimizar el espacio físico.



**Figura 14.** Requisitos para Estructura de la planta

La asociación San Juan Amarante, es la encargada de recolectar y producir productos frutícolas del Cantón Pimampiro, la cual contiene instalaciones para el almacenamiento y empaque de los productos caso de estudio. Cabe desatacar su experiencia para realizar cultivos de calidad logrando así alcanzar los mercados internacionales

#### 4.1.13.4. Estructura Organizativa



**Figura 15.** Estructura organizativa

La figura representa la organización de la asociación, sus principales representantes y demás trabajadores, información proporcionada por parte de la Asociación San Juan Amarantes.

#### 4.1.13.4. Principales funciones

A continuación, se detallan las funciones que desempeñan en la asociación:

**Tabla 58.** Principales funciones de la asociación

Gestión	Principales funciones
<b>Gerente</b>	Tener registro de compras y ventas de la asociación. Llevar la contabilidad de la asociación
<b>Área de producción</b>	Cosechar con cuidado las frutas No lastimar a las frutas
<b>Área de selección</b>	Escoger las frutas buenas y las malas ponerlas a parte Lavar bien las frutas
<b>Área de lavado</b>	Secar las frutas Encerar las frutas
<b>Área de sellado y empaquetado</b>	Empaque, embalaje, peso y almacenamiento Elaboración de facturas
<b>Área de venta</b>	Entrega de fruta de calidad Entregar certificados Pago de flete y estibadores

#### 4.1.14 Estudio Financiero

##### 4.1.14.1. Cálculos de materia prima

**Tabla 59.** Calculo materia prima del aguacate

ACTIVIDAD	DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>1. ANÁLISIS DE LABORATORIO</b>	Análisis Suelos	21,39	22,46	23,58	24,76	26,00	27,10	29,46	33,22	40,33	55,56
<b>2. PREPARACIÓN DEL SUELO</b>	Tractor rastra desmalezado	65,82	69,11	72,56	76,19	80,00	83,37	90,63	102,21	124,08	170,97
	Reservorio metros cúbicos	329,08	345,54	362,81	380,95	400,00	416,85	453,16	511,05	620,42	854,83
<b>3. VARIEDAD</b>	Plantas de Aguacate	1.543,80	1.620,99	1.702,04	1.787,14	1.876,50	1.955,56	2.125,89	2.397,48	2.910,55	4.010,21
	Reposición plantas	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
<b>4. PLANTACIÓN</b>	Trazado	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
	Hoyado (0,30 x0,30 x 0,4m profundidad)	118,47	124,39	130,61	137,14	144,00	150,07	163,14	183,98	223,35	307,74
	Fertilización de fondo	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
	Desinfección plantas y suelo	37,02	38,87	40,82	42,86	45,00	46,90	50,98	57,49	69,80	96,17
	Plantación	118,47	124,39	130,61	137,14	144,00	150,07	163,14	183,98	223,35	307,74
	Sistema riego por goteo	2.632,65	2.764,28	2.902,49	3.047,62	3.200,00	3.334,82	3.625,28	4.088,43	4.963,37	6.838,61
<b>5. FERTILIZACIÓN</b>											
<b>A. Fertilización De Fondo para la plantación.</b>	Abono orgánico	308,76	324,20	340,41	357,43	375,30	391,11	425,18	479,50	582,11	802,04
	Cal Dolomita	14,41	15,13	15,89	16,68	17,51	18,25	19,84	22,38	27,17	37,43
	triple 15	18,53	19,45	20,42	21,45	22,52	23,47	25,51	28,77	34,93	48,12
	Sulfato de Mg	2,57	2,70	2,84	2,98	3,13	3,26	3,54	4,00	4,85	6,68
	Sulfato de Zinc	4,80	5,04	5,30	5,56	5,84	6,08	6,61	7,46	9,06	12,48
	Urea	85,85	90,14	94,65	99,38	104,35	108,74	118,22	133,32	161,85	223,00
<b>B. Fertilización De Mantenimiento</b>	Sulfato de Potasio	77,33	81,20	85,26	89,52	94,00	97,96	106,49	120,10	145,80	200,88
	Sulfato de Mg	40,53	42,56	44,68	46,92	49,26	51,34	55,81	62,94	76,41	105,28
	Nitrato de Calcio	83,54	87,71	92,10	96,70	101,54	105,82	115,03	129,73	157,49	216,99
	Sulfato de Calcio	0,16	0,17	0,18	0,19	0,20	0,21	0,23	0,26	0,31	0,43
	Sulfato de Zinc	13,09	13,74	14,43	15,15	15,91	16,58	18,02	20,33	24,68	34,00

	Ácido Bórico	5,38	5,65	5,94	6,23	6,55	6,82	7,42	8,36	10,15	13,99
	Compost/ Gallinaza descompuesta	214,42	225,14	236,39	248,21	260,63	271,61	295,26	332,98	404,24	556,97
<b>6. CONTROL MALEZAS Y FITOSANITARIOS</b>	Herbicida	39,49	41,46	43,54	45,71	48,00	50,02	54,38	61,33	74,45	102,58
	Control plagas y enfermedades.	205,84	216,13	226,94	238,29	250,20	260,74	283,45	319,66	388,07	534,69
	Empaques	1.235,34	5.018,91	66,15	14.939,49	12.750,60	16.687,43	24.301,11	38.857,88	57.139,68	107.611,38
<b>7. VENTAS</b>	Etiquetas	823,56	3.345,94	44,10	9.959,66	8.500,40	11.124,95	16.200,74	25.905,26	38.093,12	71.740,92
	Transporte	411,35	431,92	453,51	476,19	500,00	521,07	566,45	638,82	775,53	1.068,53
	TOTAL, COSTOS	15.989,25	22.991,72	15.468,46	41.025,27	38.183,43	36.079,01	49.488,49	74.897,87	107.536,41	196.304,42

**Nota:** La tabla representa los costos de la producción de aguacate, información proporcionada por parte de la Asociación San Juan Amarantes.

**Tabla 60.** Calculo materia prima de la uvilla

ACTIVIDAD	DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>1. ANÁLISIS DE LABORATORIO</b>	Análisis Suelos	21,39	22,46	23,58	24,76	26,00	27,10	29,46	33,22	40,33	55,56
<b>2. PREPARACIÓN DEL SUELO</b>	Tractor rastra desmalezado	65,82	69,11	72,56	76,19	80,00	83,37	90,63	102,21	124,08	170,97
	Reservorio metros cúbicos	329,08	345,54	362,81	380,95	400,00	416,85	453,16	511,05	620,42	854,83
<b>3. VARIEDAD</b>	Plantas de Uvilla	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
	Reposición plantas	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
	Trazado	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
	Hoyado (0,30 x0,30 x 0,4m profundidad)	118,47	124,39	130,61	137,14	144,00	150,07	163,14	183,98	223,35	307,74
<b>4. PLANTACIÓN</b>	Fertilización de fondo	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
	Desinfección plantas y suelo	37,02	38,87	40,82	42,86	45,00	46,90	50,98	57,49	69,80	96,17
	Plantación	118,47	124,39	130,61	137,14	144,00	150,07	163,14	183,98	223,35	307,74
	Sistema riego por goteo	2.632,65	2.764,28	2.902,49	3.047,62	3.200,00	3.334,82	3.625,28	4.088,43	4.963,37	6.838,61
<b>5. FERTILIZACIÓN</b>	Abono orgánico	308,76	324,20	340,41	357,43	375,30	391,11	425,18	479,50	582,11	802,04
	Sulfato de Zinc	13,09	13,74	14,43	15,15	15,91	16,58	18,02	20,33	24,68	34,00

<b>6. CONTROL MALEZAS</b>	Herbicida	39,49	41,46	43,54	45,71	48,00	50,02	54,38	61,33	74,45	102,58
<b>7. CONTROLES FITOSANITARIOS</b>	Control plagas y enfermedades	205,84	216,13	226,94	238,29	250,20	260,74	283,45	319,66	388,07	534,69
<b>8. VENTAS</b>	Empaques	1.235,34	5.018,91	66,15	14.939,49	12.750,60	16.687,43	24.301,11	38.857,88	57.139,68	107.611,38
	Etiquetas	823,56	3.345,94	44,10	9.959,66	8.500,40	11.124,95	16.200,74	25.905,26	38.093,12	71.740,92
	Transporte	411,35	431,92	453,51	476,19	500,00	521,07	566,45	638,82	775,53	1.068,53
<b>TOTAL, COSTOS</b>		6.743,60	13.271,29	5.249,51	30.282,87	26.391,41	33.679,90	46.858,64	71.900,11	103.843,61	191.121,96

**Nota:** La tabla representa los costos de producción de la uvilla, información proporcionada por parte de la Asociación San Juan Amarantes.

**Tabla 61.** Cálculos materia prima del taxo

ACTIVIDAD	DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>1. ANÁLISIS DE LABORATORIO</b>	Análisis Suelos	21,39	22,46	23,58	24,76	26,00	27,10	29,46	33,22	40,33	55,56
<b>3. VARIEDAD</b>	Plantas de Taxo	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
	Reposición plantas	44,43	46,65	48,98	51,43	54,00	56,28	61,18	68,99	83,76	115,40
	Hoyado (0,30 x0,30 x 0,4m profundidad)	118,47	124,39	130,61	137,14	144,00	150,07	163,14	183,98	223,35	307,74
	Desinfección plantas y suelo	37,02	38,87	40,82	42,86	45,00	46,90	50,98	57,49	69,80	96,17
	Plantación	118,47	124,39	130,61	137,14	144,00	150,07	163,14	183,98	223,35	307,74
	Sistema riego por goteo	2.632,65	2.764,28	2.902,49	3.047,62	3.200,00	3.334,82	3.625,28	4.088,43	4.963,37	6.838,61
<b>5. FERTILIZACIÓN</b>	Abono orgánico	308,76	324,20	340,41	357,43	375,30	391,11	425,18	479,50	582,11	802,04
<b>6. CONTROL MALEZAS</b>	Herbicida	39,49	41,46	43,54	45,71	48,00	50,02	54,38	61,33	74,45	102,58
<b>7. CONTROLES FITOSANITARIOS</b>	Control plagas y enfermedades	205,84	216,13	226,94	238,29	250,20	260,74	283,45	319,66	388,07	534,69
<b>8. VENTAS</b>	Empaques	1.235,34	5.018,91	66,15	14.939,49	12.750,60	16.687,43	24.301,11	38.857,88	57.139,68	107.611,38
	Etiquetas	823,56	3.345,94	44,10	9.959,66	8.500,40	11.124,95	16.200,74	25.905,26	38.093,12	71.740,92
	Transporte	411,35	431,92	453,51	476,19	500,00	521,07	566,45	638,82	775,53	1.068,53

<b>TOTAL, COSTOS</b>	6.196,	12.699,	4.651,	29.657,	26.237,	33.000,	46.124,	71.078,	102.856,	189.781,
	77	61	75	72	50	54	47	53	91	36

**Nota:** La tabla representa los costos de la producción del taxo información proporcionada por parte de la Asociación San Juan Amarantes.

#### 4.1.14.2. Proyección de producción

**Tabla 62.** Proyección de producción del aguacate

<b>AGUACATE</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Precio unitario</b>	0,90	0,85	0,90	0,80	0,90	0,86	0,87	0,86	0,90	0,88
<b>Cantidad 1 libra</b>	41.178,00	167.297,00	2.205,00	497.983,00	425.020,00	556.248	810.037	1.295.263	1.904.656	3.587.046
<b>Peso total kg</b>	18.675,00	75.872,00	1.000,00	225.843,00	192.753,00	252.267	367.364	587.421	863.790	1.626.778
<b>Total, venta USD</b>	37.060,20	142.202,45	1.984,50	398.386,40	382.518,00	476.560	700.030	1.129.028	1.684.582	3.154.160

La tabla proporciona información sobre la producción en kilogramos, libras y el precio unitario del aguacate, incluyendo una proyección futura de la producción. Se observa un crecimiento proyectado desde el 2023 hasta el 2028, lo cual incluye positivamente en las oportunidades que podrían surgir a partir de la investigación.

**Tabla 63.** Proyección de producción de la uvilla

<b>UVILLA</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Precio unitario</b>	0,80	0,80	0,85	0,95	1,00	1,05	1,19	1,39	1,75	2,57
<b>Cantidad 1 libra</b>	120.374,00	219.900,00	86.383,00	312.523,00	333.746,00	370.395,30	483.930,90	743.879,69	1.056.633,95	1.871.199,36
<b>Peso total kg</b>	60.187,00	99.728,00	39.176,00	141.734,00	151.359,00	165.741,80	217.232,00	333.108,46	471.008,20	832.355,44
<b>Total, venta USD</b>	96.299,20	175.920,00	73.425,55	296.896,85	333.746,00	374.018,66	513.408,52	796.842,98	1.170.715,47	2.105.480,61

La tabla proporciona información sobre la producción en kilogramos, libras y el precio unitario de la uvilla, incluyendo una proyección futura de la producción. Se observa un crecimiento proyectado desde el 2023 hasta el 2028, lo cual incluye positivamente en las oportunidades que podrían surgir a partir de la investigación.

**Tabla 64.** Proyección de producción del taxo

TAXO	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>precio unitario</b>	0,70	0,85	0,60	0,75	0,90	0,85	0,91	1,16	1,41	1,99
<b>cantidad 1 libra</b>	131.720,60	219.956,00	523.800,20	314.417,40	334.802,60	455.126,98	482.158,38	450.774,08	659.497,37	927.997,54
<b>peso total kg</b>	59.873,00	99.980,00	238.091,00	142.917,00	152.183,00	206.875,90	219.162,90	204.897,31	299.771,53	421.817,06
<b>Total, venta USD</b>	92.204,42	186.962,60	314.280,12	235.813,05	301.322,34	366.242,39	419.164,82	497.463,92	748.687,84	1.184.743,03

La tabla proporciona información sobre la producción en kilogramos, libras y el precio unitario del taxo, incluyendo una proyección futura de la producción. Se observa un crecimiento proyectado desde el 2023 hasta el 2028, lo cual incluye positivamente en las oportunidades que podrían surgir a partir de la investigación.

#### 4.1.14.3. Proyección de sueldo para empleados

**Tabla 65.** Proyección de empleados del aguacate, uvilla y taxo.

	Cantidad	Sueldo	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Gerente</b>	1	800	9600	9600	9600	9600	9600	9600	9600	9600	9600	9600
<b>Secretaria</b>	1	480	5760	5760	5760	5760	5760	5760	5760	5760	5760	5760
<b>Operadores</b>	10	500	60000	66000	72000	78000	84000	90000	96000	102000	108000	114000
<b>Bodegueros</b>	1	500	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
		<b>TOTAL</b>	77379	83380	89381	95382	101383	107384	113385	119386	125387	131388

**Tabla 66.** Insumos de producción del aguacate.

Insumo	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Luz</b>	658,16	691,07	725,62	761,90	800,00	833,71	906,32	1.022,11	1.240,84	1.709,65
<b>Agua</b>	296,17	310,98	326,53	342,86	360,00	375,17	407,84	459,95	558,38	769,34
<b>Materiales de limpieza</b>	781,57	820,65	861,68	904,76	950,00	990,03	1.076,25	1.213,75	1.473,50	2.030,21
<b>Materiales de oficina</b>	1.275,19	1.338,95	1.405,90	1.476,19	1.550,00	1.615,30	1.755,99	1.980,33	2.404,13	3.312,45

<b>Teléfono</b>	1.480,86	1.554,91	1.632,65	1.714,29	1.800,00	1.875,84	2.039,22	2.299,74	2.791,89	3.846,72
<b>Internet</b>	28,79	30,23	31,75	33,33	35,00	36,47	39,65	44,72	54,29	74,80
<b>TOTAL</b>	4.520,75	4.746,79	4.984,13	5.233,33	5.495,00	5.726,51	6.225,28	7.020,60	8.523,03	11.743,18

**Tabla 67.** Insumos de producción de la uvilla

<b>Insumo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Luz</b>	658,16	691,07	725,62	761,90	800,00	833,71	906,32	1.022,11	1.240,84	1.709,65
<b>Agua</b>	296,17	310,98	326,53	342,86	360,00	375,17	407,84	459,95	558,38	769,34
<b>Materiales de limpieza</b>	781,57	820,65	861,68	904,76	950,00	990,03	1.076,25	1.213,75	1.473,50	2.030,21
<b>Materiales de oficina</b>	1.275,19	1.338,95	1.405,90	1.476,19	1.550,00	1.615,30	1.755,99	1.980,33	2.404,13	3.312,45
<b>Teléfono</b>	1.480,86	1.554,91	1.632,65	1.714,29	1.800,00	1.875,84	2.039,22	2.299,74	2.791,89	3.846,72
<b>Internet</b>	263,26	276,43	290,25	304,76	320,00	333,48	362,53	408,84	496,34	683,86
<b>TOTAL</b>	4.755,22	4.992,98	5.242,63	5.504,76	5.780,00	6.023,52	6.548,16	7.384,72	8.965,08	12.352,25

**Tabla 68.** Insumos de producción del taxo

<b>Insumo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Luz</b>	82,27	86,38	90,70	95,24	100,00	104,21	113,29	127,76	155,11	213,71
<b>Agua</b>	148,09	155,49	163,27	171,43	180,00	187,58	203,92	229,97	279,19	384,67
<b>Materiales de limpieza</b>	263,26	276,43	290,25	304,76	320,00	333,48	362,53	408,84	496,34	683,86
<b>Materiales de oficina</b>	658,16	691,07	725,62	761,90	800,00	833,71	906,32	1.022,11	1.240,84	1.709,65
<b>Teléfono</b>	740,43	777,45	816,33	857,14	900,00	937,92	1.019,61	1.149,87	1.395,95	1.923,36
<b>Internet</b>	263,26	276,43	290,25	304,76	320,00	333,48	362,53	408,84	496,34	683,86
<b>TOTAL</b>	2.155,48	2.263,25	2.376,42	2.495,24	2.620,00	2.730,38	2.968,20	3.347,40	4.063,76	5.599,12

#### 4.1.14.5. Estado de resultados del producto aguacate

**Tabla 69.** Estado de resultados

<b>Estado de Resultados</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Ventas</b>	475.592	700.682	1.109.393	1.718.190	3.155.560
<b>Cantidad</b>	556.248	810.037	1.295.263	1.904.656	3.587.046
<b>Precio EXW</b>	0,86	0,87	0,86	0,90	0,88
<b>- Costo de Producción</b>	36.079	49.488	74.898	107.536	196.304
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	439.513	651.194	1.034.495	1.610.654	2.959.256
<b>- Gastos Operacionales</b>	176.102	188.088	203.633	227.663	272.306
<b>Gastos Administrativos</b>	107.384	113.385	119.386	125.387	131.388
<b>Gastos de Ventas</b>	68.718	74.703	84.247	102.276	140.918
<b>Utilidad Operacional</b>	263.411	463.105	830.862	1.382.990	2.686.949
<b>- Gastos Financieros</b>	27.170	27.170	27.170	27.170	27.170
<b>Interés Bancario</b>	27170	27170	27170	27170	27170
<b>U.T.A.I</b>	236.240	435.935	803.691	1.355.820	2.659.779
<b>- 15% Particip. Trabajadores</b>	35.436	65.390	120.554	203.373	398.967
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	200.804	370.544	683.137	1.152.447	2.260.812
<b>- 25% Impuesto a la Renta</b>	50.201	92.636	170.784	288.112	565.203
<b>Utilidad Neta</b>	150.603	277.908	512.353	864.335	1.695.609

La tabla muestra un estado de resultados para los años 2024-2028, evidenciando un aumento progresivo en ventas, utilidades operativas y netas. Se observa un incremento en costos de producción y gastos operacionales a medida que la empresa crece. La rentabilidad muestra una tendencia positiva, reflejando una gestión financiera sólida y un crecimiento sostenido.

**Tabla 70.** Cálculo de la deuda

	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
<b>Interés de la deuda</b>	27170,47	27170,47	27170,47	27170,47	27170,47	Total
<b>Amortización capital</b>	253455,91	253455,91	253455,91	253455,91	253455,91	
<b>Total cuota financiera</b>	280626,39	280626,39	280626,39	280626,39	280626,39	1403131,93

La tabla muestra el desglose de los pagos de la deuda durante los años 2024-2028, donde incluyen los intereses y la amortización del capital.

**Tabla 71.** Inversión Inicial

<b>Inversión Inicial</b>		
<b>Concepto</b>	Valor	Descripción
<b>Inversión Fija</b>	45.000	Maquinaria
<b>Capital de Operación</b>	1.532.099	Materia prima y mano de obra
<b>Gastos de Constitución</b>	7.000	Permisos para exportación
<b>Total Inversión Inicial</b>	1.584.099	

La tabla detalla la inversión inicial necesaria para iniciar la operación de la asociación. Incluye tres componentes principales: inversión fija en maquinaria, capital de operación para materia prima, mano de obra y gastos de constitución para permisos de exportación, lo que refleja los recursos necesarios para establecer y comenzar las operaciones comerciales.

**Tabla 72.** Estructura de financiamiento

<b>Estructura de Financiamiento</b>		
<b>Concepto</b>	Participación	Valor
<b>Capital Propio</b>	20%	316.820
<b>Capital Ajeno</b>	80%	1.267.280
<b>Total</b>	100%	1.584.099

La tabla muestra la estructura de financiamiento de la asociación con capital propio y capital ajeno, reflejando así una combinación de fuentes de financiamiento para respaldar las operaciones y el crecimiento de la asociación.

**Tabla 73.** Costo Capital Promedio Ponderado

<b>Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento</b>			
<b>Recursos</b>	Participación	Costo Financiero	Impuesto
<b>Propios</b>	20%	10,00%	25,00%
<b>Ajenos</b>	80%	10,72%	
<b>Total</b>	100%	WACC	10,08%

La tabla proporciona el cálculo del costo de capital promedio ponderado con financiamiento, esencial para evaluar la rentabilidad de la asociación. Se divide la estructura de financiamiento en recursos propios y ajenos. El WACC representa el promedio ponderado de los costos de capital propio y ajeno, fundamental para

determinar el rendimiento mínimo necesario para cubrir los costos de financiamiento y generar crecimiento en la asociación.

**Tabla 74.** Indicadores financieros

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>						
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo de Efectivo</b>	- 1.584.099	150.603	277.908	512.353	864.335	1.695.609
<b>Saldo Actualizado WACC 10,08%</b>	- 1.584.099	136.817	229.359	384.142	588.724	1.049.210
<b>Saldo Actualizado Acumulado</b>	- 1.584.099	-	-	-	-	804.153
<b>Tasa WACC</b>	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%
<b>Suma de flujo de Efectivo VNA</b>	\$2.388.252,48					
<b>Inversión Inicial</b>	1.584.099,45					
<b>VAN</b>	804.153					
<b>TIR</b>	23%					
<b>Periodo de Recuperación</b>	4,23					
<b>Costo Beneficio</b>	1,51					

La tabla indica una evaluación financiera detallada del proyecto, donde se destaca un flujo de efectivo proyectado positivo a lo largo de cinco años. Los saldos actualizados calculados a la tasa de descuento del WACC muestran una tendencia creciente, lo que indica una rentabilidad creciente potencialmente favorable. El Valor Actual Neto (VAN) resulta en \$ 804.153, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 23% lo que sugiere una oportunidad de inversión atractiva. Además el periodo de recuperación se estima en 4,23 años, mientras que el costo de beneficio muestra una relación positiva de 1,51, lo que confirma la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Estos indicadores sugieren que el estudio puede generar valor significativo y representa una inversión atractiva para los interesados.

#### 4.1.14.6. Cubicaje del aguacate

**Tabla 75.** Cubicaje

	<b>Largo cm</b>	<b>Ancho cm</b>	<b>Alto cm</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Producto</b>	18	15	10	
<b>Caja</b>	36	30	10	4
<b>Pallet</b>	120	100	50	45
<b>Contenedor</b>	1219	244	259	100
<b>Cantidad Total de Productos a Exportar</b>				18000

La tabla proporciona información sobre las dimensiones de los productos, cajas, pallets y contenedores para organizar el espacio de exportación, entonces en cada caja entran 4 unidades de una libra, 45 cajas en cada pallet y 100 pallets en un contenedor de 40 pies.

**Tabla 76.** Cubicaje por peso

Descripción	kg	Cantidad	Total, Peso Kg
<b>Peso Unitario</b>	0,5	18000	9000
<b>Peso Caja</b>	1,8	4	7,2
<b>Peso Palet</b>	25	100	2500
<b>Peso Tara</b>	1	3750	3750
	Total		15257,2
Peso Max Contenedor	32000	Capacidad %	48%

La tabla detalla los volúmenes en función del peso que un contenedor puede transportar, aquí incluye el peso del aguacate, de las cajas, pallet y la tara. Una vez sumado estos datos y compararle con el peso máximo del contenedor, se concluye que representa el 48% de la capacidad del contenedor.

**Tabla 77.** Distribución física internacional

Detalle	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
<b>Cantidad de cajas</b>	66	96	154	226	426
<b>Cantidad de palet</b>	744	1084	1733	2548	4798
<b>Cantidad transporte interno origen</b>	17	24	39	57	107
<b>Cantidad de contenedores</b>	17	24	39	57	107

La tabla expresa datos sobre la cantidad necesaria de cajas, pallets, transporte interno y contenedores para la exportación. Se destaca que la necesidad de exportar es de 17 contenedores al año.

#### 4.1.14.7. Incoterms para el aguacate

**Tabla 78.** Incoterms

INCOTERMS	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Precio</b>	0,86	0,87	0,86	0,90	0,88
<b>Cantidad</b>	556.248	810.037	1.295.263	1.904.656	3.587.046
<b>Valor del embarque</b>	475592	700682	1109393	1718190	3155560
<b>Precio unitario</b>	0,86	0,87	0,86	0,90	0,88
<b>Etiquetado</b>	5.562	8.100	12.953	19.047	35.870
<b>Embalaje</b>	6.119	8.910	14.248	20.951	39.458

<b>Manipuleo en planta</b>	6.675	9.720	15.543	22.856	43.045
<b>Inspección</b>	556	810	1.295	1.905	3.587
<b>Almacenaje previo a embarque</b>	5.006	7.290	11.657	17.142	32.283
<b>EXW</b>	499.510	735.514	1.165.089	1.800.090	3.309.803
<b>EXW Unitario</b>	0,90	0,91	0,90	0,95	0,92
<b>Manipulación local X</b>	2.523	3.674	5.874	8.638	16.268
<b>Unitarización</b>	2.775	4.041	6.462	9.502	17.895
<b>FCA/FAS</b>	504.808	743.228	1.177.425	1.818.230	3.343.965
<b>FCA/FAS Unitario</b>	0,91	0,92	0,91	0,95	0,93
<b>Transporte interno</b>	5.518	8.036	12.850	18.895	35.586
<b>Manipuleo Embarque</b>	631	918	1.469	2.159	4.067
<b>Documentos de transporte</b>	315	459	734	1.080	2.033
<b>Agentes</b>	2.365	3.444	5.507	8.098	15.251
<b>FOB</b>	513.637	756.087	1.197.985	1.848.464	3.400.904
<b>FOB Unitario</b>	0,92	0,93	0,92	0,97	0,95

La tabla proporciona un análisis detallado de los costos y condiciones asociados con los INCOTERMS (términos de comercio internacional) a lo largo de los años 2024-2028. Se muestran los precios, cantidades y valores de embarque para cada año, así como los costos adicionales como etiquetado, embalaje, manipuleo en planta, inspección, almacenaje previo al embarque y manipulación local. Se presentan los costos totales y unitarios para términos EXW, FCA/FAS y FOB, junto con los costos agrupados con el transporte interno, manipuleo de embarque, documentos de transporte y agentes. Estos datos proporcionan una visión completa de los costos involucrados en diferentes términos de comercio internacional a lo largo del tiempo, lo que permite una planificación logística y financiera más precisa para las operaciones de exportación.

El puerto exportador es CONTECOM S.A. ubicado en la ciudad de Guayaquil y el puerto del país destino en este caso Países bajos para la ciudad de la Haya es el puerto de Rotterdam.

#### 4.1.14.8. Estado de resultados de la uvilla

**Tabla 79.** Estado de resultados

Detalle	Estado de Resultados				
	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Ventas</b>	387.063	573.458	1.032.877	1.850.060	4.800.730
<b>Cantidad</b>	370.395	483.931	743.880	1.056.634	1.871.199
<b>Precio EXW</b>	1,05	1,19	1,39	1,75	2,57
<b>- Costo de Producción</b>	33.680	46.859	71.900	103.844	191.122

<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	353.383	526.599	960.977	1.746.217	4.609.608
<b>- Gastos Operacionales</b>	179.666	191.963	208.003	232.968	279.615
<b>Gastos Administrativos</b>	107.384	113.385	119.386	125.387	131.388
<b>Gastos de Ventas</b>	72.282	78.578	88.617	107.581	148.227
<b>Utilidad Operacional</b>	173.717	334.637	752.974	1.513.249	4.329.993
<b>- Gastos Financieros</b>	27.299	27.299	27.299	27.299	27.299
<b>Interés Bancario</b>	27299	27299	27299	27299	27299
<b>U.T.A.I</b>	146.417	307.337	725.675	1.485.949	4.302.694
<b>- 15% Particip. Trabajadores</b>	21.963	46.101	108.851	222.892	645.404
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	124.455	261.237	616.824	1.263.057	3.657.290
<b>- 25% Impuesto a la Renta</b>	31.114	65.309	154.206	315.764	914.322
<b>Utilidad Neta</b>	93.341	195.927	462.618	947.293	2.742.967

La tabla muestra un estado de resultados para los años 2024-2028, evidenciando un aumento progresivo en ventas, utilidades operativas y netas. Se observa un incremento en costos de producción y gastos operacionales a medida que la empresa crece. La rentabilidad muestra una tendencia positiva, reflejando una gestión financiera sólida y un crecimiento sostenido.

**Tabla 80.** Cálculo de la deuda

	2022	2023	2024	2025	2026	
<b>Interés de la deuda</b>	27299,45	27299,45	27299,45	27299,45	27299,45	Total
<b>Amortización capital</b>	254659,03	254659,03	254659,03	254659,03	254659,03	
<b>Total cuota financiera</b>	281958,48	281958,48	281958,48	281958,48	281958,48	1409792,39

La tabla muestra el desglose de los pagos de la deuda durante los años 2024-2028, donde incluyen los intereses y la amortización del capital.

**Tabla 81.** Inversión inicial

<b>Inversión Inicial</b>		
<b>Concepto</b>	Valor	Descripción
<b>Inversión Fija</b>	45.000	No requiere
<b>Capital de Operación</b>	1.539.619	Materia prima y mano de obra
<b>Gastos de Constitución</b>	7.000	Permisos para exportación
<b>Total Inversión Inicial</b>	1.591.619	

La tabla detalla la inversión inicial necesaria para iniciar la operación de la asociación. Incluye tres componentes principales: inversión fija en maquinaria, capital

de operación para materia prima, mano de obra y gastos de constitución para permisos de exportación, lo que refleja los recursos necesarios para establecer y comenzar las operaciones comerciales.

**Tabla 82.** Estructura de financiamiento

<b>Estructura de Financiamiento</b>		
<b>Concepto</b>	Participación	Valor
<b>Capital Propio</b>	20%	318.324
<b>Capital Ajeno</b>	80%	1.273.295
<b>Total</b>	100%	1.591.619

La tabla muestra la estructura de financiamiento de la asociación con capital propio y capital ajeno, reflejando así una combinación de fuentes de financiamiento para respaldar las operaciones y el crecimiento de la asociación.

**Tabla 83.** Costo Capital Promedio Ponderado

<b>Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento</b>			
<b>Recursos</b>	Participación	Costo Financiero	Impuesto
<b>Propios</b>	20%	10,00%	25,00%
<b>Ajenos</b>	80%	10,72%	
<b>Total</b>	100%	WACC	10,08%

La tabla proporciona el cálculo del costo de capital promedio ponderado con financiamiento, esencial para evaluar la rentabilidad de la asociación. Se divide la estructura de financiamiento en recursos propios y ajenos. El WACC representa el promedio ponderado de los costos de capital propio y ajeno, fundamental para determinar el rendimiento mínimo necesario para cubrir los costos de financiamiento y generar crecimiento en la asociación.

**Tabla 84.** Indicadores financieros

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>							
	0	1	2	3	4	5	
<b>Flujo de Efectivo</b>	-	1.591.619	93.341	195.927	462.618	947.293	2.742.967
<b>Saldo Actualizado WACC 10,08%</b>	-	1.591.619	84.797	161.700	346.852	645.229	1.697.295
<b>Saldo Actualizado Acumulado</b>	-	1.591.619	1.506.822	1.345.122	998.270	353.041	1.344.254

<b>Tasa WACC</b>	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%
<b>Suma de flujo de Efectivo VNA</b>	\$2.935.873,15					
<b>Inversión Inicial</b>	-	1.591.618,94				
<b>VAN</b>		1.344.254				
<b>TIR</b>		27%				
<b>Periodo de Recuperación</b>		4,21				
<b>Costo Beneficio</b>		1,84				

La tabla presenta una evaluación financiera detallada del estudio. Se incluye los flujos de efectivo proyectados, los saldos actualizados utilizando una tasa de descuento del 10,08% del WACC, y el saldo acumulado de los flujos de efectivo. Además, se calcula el Valor Actual Neto VAN en 1.344.254, con una Tasa Interna de Retorno de 27%, a su vez se muestra el periodo de recuperación, que es de 4,21 años, y el costo beneficio, que es de 1,84. Estos indicadores proporcionan una comprensión exhaustiva de la viabilidad financiera del proyecto, destacando su potencial para generar retornos positivos y su capacidad para recuperar la inversión inicial en un periodo de tiempo razonable.

#### 4.1.14.9. Cubicaje de la uvilla

**Tabla 85.** Cubicaje

	<b>Largo cm</b>	<b>Ancho cm</b>	<b>Alto cm</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Producto</b>	18	18	10	
<b>Caja</b>	36	36	10	4
<b>Pallet</b>	120	100	50	30
<b>Contenedor</b>	1219	244	259	100
Cantidad Total de Productos a Exportar				12000

La tabla proporciona información sobre las dimensiones de los productos, cajas, pallets y contenedores para organizar el espacio de exportación, entonces en cada caja entran 4 unidades de una libra, 30 cajas en cada pallet y 100 pallets en un contenedor de 40 pies.

**Tabla 86.** Cubicaje por peso

<b>Descripción</b>	<b>kg</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total, Peso Kg</b>
<b>Peso Unitario</b>	0,5	12000	6000
<b>Peso Caja</b>	1,8	4	7,2
<b>Peso Palet</b>	25	100	2500
<b>Peso Tara</b>	1	3750	3750

Total			12257,2
Peso Max Contenedor	32000	Capacidad %	38%

La tabla detalla los volúmenes en función del peso que un contenedor puede transportar, aquí incluye el peso de la uvilla, de las cajas, pallet y la tara. Una vez sumado estos datos y compararle con el peso máximo del contenedor, se concluye que representa el 38% de la capacidad del contenedor.

**Tabla 87.** Distribución física internacional

Detalle	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
<b>Cantidad de cajas</b>	54	71	109	154	272
<b>Cantidad de palet</b>	406	532	815	1153	2037
<b>Cantidad transporte interno origen</b>	14	18	27	38	68
<b>Cantidad de contenedores</b>	14	18	27	38	68

La tabla expresa datos sobre la cantidad necesaria de cajas, pallets, transporte interno y contenedores para la exportación. Se destaca que la necesidad de exportar es de 14 contenedores al año.

#### 4.1.14.10. Incoterms del producto uvilla

**Tabla 88.** Incoterms

INCOTERMS	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Precio</b>	1,05	1,19	1,39	1,75	2,57
<b>Cantidad</b>	370.395	483.931	743.880	1.056.634	1.871.199
<b>Valor del embarque</b>	387063	573458	1032877	1850060	4800730
<b>Precio unitario</b>	1,05	1,19	1,39	1,75	2,57
<b>Etiquetado</b>	3.704	4.839	7.439	10.566	18.712
<b>Embalaje</b>	4.074	5.323	8.183	11.623	20.583
<b>Manipuleo en planta</b>	4.445	5.807	8.927	12.680	22.454
<b>Inspección</b>	370	484	744	1.057	1.871
<b>Almacenaje previo a embarque</b>	3.334	4.355	6.695	9.510	16.841
<b>EXW</b>	402.990	594.267	1.064.864	1.895.496	4.881.192
<b>EXW Unitario</b>	1,09	1,23	1,43	1,79	2,61
<b>Manipulación local X</b>	1.657	2.172	3.331	4.710	8.324
<b>Unitarización</b>	1.823	2.390	3.664	5.181	9.156
<b>FCA/FAS</b>	406.471	598.829	1.071.859	1.905.387	4.898.671
<b>FCA/FAS Unitario</b>	1,10	1,24	1,44	1,80	2,62
<b>Transporte interno</b>	3.626	4.752	7.287	10.303	18.208
<b>Manipuleo Embarque</b>	414	543	833	1.178	2.081
<b>Documentos de transporte</b>	207	272	416	589	1.040
<b>Agentes</b>	1.554	2.037	3.123	4.416	7.803

<b>FOB</b>	412.272	606.433	1.083.519	1.921.874	4.927.806
<b>FOB Unitario</b>	1,11	1,25	1,46	1,82	2,63

La tabla proporciona un análisis detallado de los costos y condiciones asociados con los INCOTERMS (términos de comercio internacional) a lo largo de los años 2024-2028. Se muestran los precios, cantidades y valores de embarque para cada año, así como los costos adicionales como etiquetado, embalaje, manipuleo en planta, inspección, almacenaje previo al embarque y manipulación local. Se presentan los costos totales y unitarios para términos EXW, FCA/FAS y FOB, junto con los costos agrupados con el transporte interno, manipuleo de embarque, documentos de transporte y agentes. Estos datos proporcionan una visión completa de los costos involucrados en diferentes términos de comercio internacional a lo largo del tiempo, lo que permite una planificación logística y financiera más precisa para las operaciones de exportación. El puerto exportador es CONTECOM S.A. ubicado en la ciudad de Guayaquil y el puerto del país destino en este caso Alemania para la ciudad de Hesse es el puerto de Hamburgo

#### 4.1.14.11. Estudio de resultados el taxo

**Tabla 89.** Estudio de resultados

<b>Estado de Resultados</b>						
<b>Detalle</b>	2024	2025	2026	2027	2028	
<b>Ventas</b>	386.858	438.764	523.799	933.057	1.843.449	
<b>Cantidad</b>	455.127	482.158	450.774	659.497	927.998	
<b>Precio EXW</b>	0,85	0,91	1,16	1,41	1,99	
- <b>Costo de Producción</b>	16.589	22.160	32.659	46.350	83.207	
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	370.269	416.604	491.141	886.707	1.760.242	
- <b>Gastos Operacionales</b>	140.149	149.003	159.555	174.152	198.577	
<b>Gastos Administrativos</b>	107.384	113.385	119.386	125.387	131.388	
<b>Gastos de Ventas</b>	32.765	35.618	40.169	48.765	67.189	
<b>Utilidad Operacional</b>	230.120	267.600	331.586	712.554	1.561.664	
- <b>Gastos Financieros</b>	18.428	18.428	18.428	18.428	18.428	
<b>Interés Bancario</b>	18428	18428	18428	18428	18428	
<b>U.T.A.I</b>	211.692	249.172	313.158	694.126	1.543.236	
- <b>15% Particip. Trabajadores</b>	31.754	37.376	46.974	104.119	231.485	
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	179.938	211.796	266.184	590.007	1.311.751	
- <b>25% Impuesto a la Renta</b>	44.985	52.949	66.546	147.502	327.938	
<b>Utilidad Neta</b>	134.954	158.847	199.638	442.506	983.813	

La tabla evidencia un aumento progresivo en ventas, utilidades operativas y netas. Se observa un incremento en costos de producción y gastos operacionales a

disposición que la empresa crece. La rentabilidad muestra una tendencia positiva, reflejando una gestión financiera sólida y un crecimiento sostenido.

**Tabla 90.** Cálculo de la deuda

	2022	2023	2024	2025	2026	
<b>Interés de la deuda</b>	18428,13	18428,13	18428,13	18428,13	18428,13	Total
<b>Amortización capital</b>	171904,24	171904,24	171904,24	171904,24	171904,24	
<b>Total cuota financiera</b>	190332,38	190332,38	190332,38	190332,38	190332,38	951661,89

La tabla muestra el desglose de los pagos de la deuda durante los años 2024-2028, donde incluyen los intereses y la amortización del capital.

**Tabla 91.** Inversión inicial

<b>Inversión Inicial</b>		
<b>Concepto</b>	Valor	Descripción
<b>Inversión Fija</b>	45.000	No requiere
<b>Capital de Operación</b>	1.022.402	Materia prima y mano de obra
<b>Gastos de Constitución</b>	7.000	Permisos para exportación
<b>Total Inversión Inicial</b>	1.074.402	

La tabla detalla la inversión inicial necesaria para iniciar la operación de la asociación. Incluye tres componentes principales: inversión fija en maquinaria, capital de operación para materia prima, mano de obra y gastos de constitución para permisos de exportación, lo que refleja los recursos necesarios para establecer y comenzar las operaciones comerciales.

**Tabla 92.** Estructura de financiamiento

<b>Estructura de Financiamiento</b>		
<b>Concepto</b>	Participación	Valor
<b>Capital Propio</b>	20%	214.880
<b>Capital Ajeno</b>	80%	859.521
<b>Total</b>	100%	1.074.402

La tabla muestra la estructura de financiamiento de la asociación con capital propio y capital ajeno, reflejando así una combinación de fuentes de financiamiento para respaldar las operaciones y el crecimiento de la asociación.

**Tabla 93.** Costo Capital Promedio Ponderado

<b>Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento</b>			
<b>Recursos</b>	Participación	Costo Financiero	Impuesto
<b>Propios</b>	20%	10,00%	25,00%
<b>Ajenos</b>	80%	10,72%	
<b>Total</b>	100%	WACC	10,08%

La tabla proporciona el cálculo del costo de capital promedio ponderado con financiamiento, esencial para evaluar la rentabilidad de la asociación. Se divide la estructura de financiamiento en recursos propios y ajenos. El WACC representa el promedio ponderado de los costos de capital propio y ajeno, fundamental para determinar el rendimiento mínimo necesario para cubrir los costos de financiamiento y generar crecimiento en la asociación.

**Tabla 94.** Indicadores financieros

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>						
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo de Efectivo</b>	-	134.954	158.847	199.638	442.506	983.813
<b>Saldo Actualizado WACC 10,08%</b>	-	122.600	131.098	149.681	301.403	608.765
<b>Saldo Actualizado Acumulado</b>	-	-	-	-	-	239.145
<b>Tasa WACC</b>	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%
<b>Suma de flujo de Efectivo VNA</b>	\$1.313.546,68					
<b>Inversión Inicial VAN</b>	-	1.074.401,52				
<b>TIR</b>		239.145				
<b>Periodo de Recuperación</b>		16%				
<b>Costo Beneficio</b>		4,61				
		1,22				

La tabla presenta una evaluación financiera detallada del estudio. Se incluye los flujos de efectivo proyectados, los saldos actualizados utilizando una tasa de descuento del 10,08% del WACC, y el saldo acumulado de los flujos de efectivo. Además, se calcula el Valor Actual Neto VAN en 239.145, con una Tasa Interna de Retorno de 16%, a su vez se muestra el periodo de recuperación, que es de 4,61 años. Estos indicadores proporcionan una comprensión exhaustiva de la viabilidad financiera del

proyecto, destacando su potencial para generar retornos positivos y su capacidad para recuperar la inversión inicial en un periodo de tiempo razonable.

#### 4.1.14.12. Cubicaje del taxo

**Tabla 95.** Cubicaje

	Largo cm	Ancho cm	Alto cm	Cantidad
<b>Producto</b>	25	21	12	
<b>Caja</b>	50	42	12	4
<b>Pallet</b>	120	100	50	16
<b>Contenedor</b>	1219	244	29	100
Cantidad Total de Productos a Exportar				6400

La tabla proporciona información sobre las dimensiones de los productos, cajas, pallets y contenedores para organizar el espacio de exportación, entonces en cada caja entran 4 unidades de una libra, 16 cajas en cada pallet y 100 pallets en un contenedor de 40 pies.

**Tabla 96.** Cubicaje por peso

Descripción	kg	Cantidad	Total, Peso Kg
<b>Peso Unitario</b>	0,5	6400	3200
<b>Peso Caja</b>	1,8	4	7,2
<b>Peso Palet</b>	25	100	2500
<b>Peso Tara</b>	1	3750	3750
Total			9457,2
Peso Max Contenedor	32000	Capacidad %	30%

La tabla detalla los volúmenes en función del peso que un contenedor puede transportar, aquí incluye el peso del taxo, de las cajas, pallet y la tara. Una vez sumado estos datos y compararle con el peso máximo del contenedor, se concluye que representa el 30% de la capacidad del contenedor.

**Tabla 97.** Distribución física internacional

Detalle	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
<b>Cantidad de cajas</b>	87	93	87	127	178
<b>Cantidad de palet</b>	350	371	347	507	714
<b>Cantidad transporte interno origen</b>	22	23	22	32	45
<b>Cantidad de contenedores</b>	22	23	22	32	45

La tabla expresa datos sobre la cantidad necesaria de cajas, pallets, transporte interno y contenedores para la exportación. Se destaca que la necesidad de exportar es de 22 contenedores al año.

#### 4.1.14.13. Incoterms del producto taxo

**Tabla 98.** Incoterms

<b>INCOTERMS</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Precio</b>	0,85	0,91	1,16	1,41	1,99
<b>Cantidad en KG</b>	455.127	482.158	450.774	659.497	927.998
<b>Valor del embarque</b>	386858	438764	523799	933057	1843449
<b>Precio unitario</b>	0,85	0,91	1,16	1,41	1,99
<b>Etiquetado</b>	4.551	4.822	4.508	6.595	9.280
<b>Embalaje</b>	5.006	5.304	4.959	7.254	10.208
<b>Manipuleo en planta</b>	5.462	5.786	5.409	7.914	11.136
<b>Inspección</b>	455	482	451	659	928
<b>Almacenaje previo a embarque</b>	4.096	4.339	4.057	5.935	8.352
<b>EXW</b>	406.428	459.497	543.183	961.415	1.883.352
<b>EXW Unitario</b>	0,89	0,95	1,21	1,46	2,03
<b>Manipulación local X</b>	2.069	2.192	2.049	2.998	4.218
<b>Unitarización</b>	2.276	2.411	2.254	3.297	4.640
<b>FCA/FAS</b>	410.773	464.099	547.486	967.710	1.892.211
<b>FCA/FAS Unitario</b>	0,90	0,96	1,21	1,47	2,04
<b>Transporte interno</b>	4.525	4.794	4.482	6.558	9.227
<b>Manipuleo Embarque</b>	517	548	512	749	1.055
<b>Documentos de transporte</b>	259	274	256	375	527
<b>Agentes</b>	1.939	2.055	1.921	2.810	3.955
<b>FOB</b>	418.013	471.771	554.658	978.204	1.906.976
<b>FOB Unitario</b>	0,92	0,98	1,23	1,48	2,05

La tabla proporciona un análisis detallado de los costos y condiciones asociados con los INCOTERMS (términos de comercio internacional) a lo largo de los años 2024-2028. Se muestran los precios, cantidades y valores de embarque para cada año, así como los costos adicionales como etiquetado, embalaje, manipuleo en planta, inspección, almacenaje previo al embarque y manipulación local. Se presentan los costos totales y unitarios para términos EXW, FCA/FAS y FOB, junto con los costos asociados con el transporte interno, manipuleo de embarque, documentos de transporte y agentes. Estos datos proporcionan una visión completa de los costos involucrados en diferentes términos de comercio internacional a lo largo del tiempo, lo que permite una planificación logística y financiera más precisa para las operaciones de exportación.

El puerto exportador es CONTECOM S.A. ubicado en la ciudad de Guayaquil y el puerto del país destino en este caso Países bajos para la ciudad de la Haya es el puerto de Rotterdam.

#### **4.2. DISCUSIÓN**

Esta investigación posee el propósito de analizar las estrategias de internacionalización para los productos frutícolas del cantón Pimampiro y su comercialización, mediante un estudio de mercado, técnico y financiero que permita dar con el cumplimiento del mencionado requerimiento motivo de investigación. A continuación, se discuten los principales hallazgos en la investigación.

En esta investigación se obtuvo como primera circunstancia el saber cómo poder evaluar la producción del cantón Pimampiro en un lugar que abarque la recolección de la mayoría de los productores frutícolas del cantón, mediante la ayuda de la Asociación "San Juan Amarantes", se establece que la mencionada compañía cuenta con una producción sostenible gracias a los productores Pimampireños, las cantidades en kilogramos del aguacate, uvilla y taxo se encuentran con valores que logran satisfacer la demanda insatisfecha de los distintos mercados internacionales.

Con el pasar del tiempo cada teoría de comercio internacional se adecua a las necesidades del mercado, la oferta y la demanda manipulan las estrategias de internacionalización al igual que el aumento de la población a nivel mundial, para autores como Mejía, G. (2019). Habla de la demanda de la uvilla, destaca que la teoría de la ventaja comparativa es la más adecuada, sin embargo, Según Pérez (2020), menciona que el sector frutícola de la provincia del Carchi tiene capacidad para exportar el producto, pero ninguno de los dos autores evalúa la competitividad del mercado de destino, posiblemente la exportación no sea la opción más adecuada, la franquicia podría ser un impulso para la comercialización y diferenciación contra la competencia.

Para Acuña, J. & Chasi, M. (2022). Análisis de las exportaciones del sector frutícola en el Ecuador en tiempos de COVID-19, destaca la necesidad del consumo de los hogares que tenían la restricción de salir, si los autores evalúan la nueva teoría del

comercio internacional, considerando aspectos claves de esta teoría, hay que analizar las tendencias del mercado internacional, es esencial considerar las preferencias de los consumidores a nivel global, la exportación no podría ser la mejor opción de comercialización, los consumidores no podían salir de casa por miedo a contagiarse del virus, si analizamos las estrategias de internacionalización en sus seis fases siendo los factores económicos, infraestructura, política, tecnológica, legales y socio culturales, la estrategia de piggy back era la más adecuada porque tenía la capacidad de distribuir el producto en la puerta de la casa del consumidor, así evitando el contagio del virus, las estrategias se adecuan a las circunstancias del mercado global.

El antecedente con el título "Plan de negocios para la producción y exportación de uvilla al mercado de Miami, Estados Unidos", según Salguero (2020) el cual presenta un mercado internacional que según su investigación es el más factible para su comercialización. En la investigación se toman aspectos externos del perfil del consumidor el cual no abarca un análisis más profundo sobre un adecuado estudio de mercado, por lo cual discrepamos de su metodología. En la investigación se muestra una tabla donde el perfil del consumidor es evaluado con puntajes en distintas tablas, tomando de ellas los resultados más altos de cada indicador, exponiendo que el mercado más factible para la comercialización de la uvilla es el mercado de la ciudad de Hesse-Alemania, para justificar este resultado observamos que como primer punto existe para el año 2023 una demanda insatisfecha de 3.30 kilogramos por persona, además, en la Matriz cualitativa por puntos realizada, Alemania frente a dos países más tomando en cuenta los factores políticos, sociales y económicos, de cada uno obtuvo el mayor puntaje con respecto a los otros dos países. Dejando a Alemania como el mejor país mercado para exportar uvilla ecuatoriana.

Por el contrario en el antecedente con título "La demanda de uvilla en mercados internacionales y su comercialización desde la asociación agropecuaria Pakta Purishunchi de San Pablo del lago", según (2019) establece dentro de sus objetivos la comercialización internacional, analizando sus resultados plantea que, el mercado ideal para la exportación de uvilla es el mercado Alemán, dato respaldado por un análisis profundo de distintos factores que infieren en el precio y consumo del

producto final, datos necesarios para poder evaluar y plantear un mercado internacional, en esta investigación en la tabla de la matriz cualitativa por puntos muestra que Alemania tiene un puntaje de 9 puntos mayor al de los otros países opcionales a ser mercados destino, cabe destacar que la investigación fue realizada en el año 2018, para lo cual con el respaldo de análisis similar, establecemos estar de acuerdo con sus resultados, ya que en la presente investigación se realizó un estudio en el cual con los resultados de los análisis de los distintos factores influyentes con el mercado destino para el producto uvilla, obtuvimos que el mercado alemán es el más apto para la comercialización de este producto, datos respaldados por el análisis en el apartado de calificación de la matriz cualitativa por puntos indicando un puntaje de 1,60 siendo este el mayor. Otros análisis como el del perfil del consumidor, la población y la demanda insatisfecha respaldan que el mercado en Alemania es apto para el consumo de uvilla en el año 2024 y su proyección hasta el año 2028 que establecen una producción y comercialización estable durante estos años.

Por otro lado se realizó un tabla calificativa mostrando aspectos relevantes como el arancel, estabilidad política, paridad de poder adquisitivo, gasto de consumo hogares y balanza comercial, aspectos a considerar antes de elegir un mercado y una estrategia para internacionalizar cada producto, en esta investigación se expone como para el producto aguacate existe mayor factibilidad exportar de manera directa a Países bajos, ya que al tener una tasa de crecimiento en su balanza comercial del 115,81% en promedio de los últimos 5 años indica como las importaciones de este país crecen cada vez más, por lo que existe una discrepancia con la investigación del antecedente 6, "Oportunidades de mercado internacional para la comercialización de aguacate de la parroquia san Vicente de Pusir" donde Ocles (2021) expone que el mercado de Estados Unidos mediante la exportación directa es el más apto para realizar la comercialización, cabe destacar la falta de análisis de factores que intervienen en estos dos mercados destinos. Podemos observar como primer punto a considerar es que el arancel de Países Bajos es más factible para el ingreso del aguacate que el arancel de Estados Unidos, por otro lado, la diversificación de mercados para estos productos permite el crecimiento de manera más significativa ayudando a los exportadores y con ellos a los productores de estas frutas.

Según Kaiser y Tumbaco (2022), menciona que el taxo es un producto muy demandado en los mercados de Bélgica, ya que al ser una fruta con características peculiares existe un gran acogimiento por parte de los mercados extranjeros lo que ayudaría al país a mejorar sus lazos comerciales y su economía local, se destaca el aporte en la logística nacional para poder comercializar este producto, mostrando distintas relaciones comerciales con su mercado destino, los pasos para poder exportar y un análisis de la oferta exportable. En la investigación muestra un análisis poco profundo de los factores expuestos los que ayudan significativamente a los exportadores a elegir un mercado internacional que pueda ofrecer beneficios económicos. Para lo cual, en la presente investigación determinando factores claves como el déficit de consumo, la estrategia para poder comercializar, la tasa de crecimiento de los últimos 5 años de la balanza comercial y los principales importadores del taxo facilitaron el poder establecer un mercado factible, en donde se observa que los principales importadores de taxo son Reino Unido, Países Bajos y Hungría, tres posibles candidatos que mediante una tabla calificativa de cada factor influyente de cada país ayuda a establecer cuál es el mercado más apto, donde mediante esta investigación se pudo concluir que Países Bajos gracias a su saldo comercial con una tasa de crecimiento del 115,81% , un déficit de consumo por persona de 2.71 kilogramos para el año 2023 es el mercado más apto. Es importante también saber que en la producción de esta fruta el análisis y proyección de al menos 5 años a futuro juegan un papel fundamental para poder determinar la factibilidad de oferta por parte de Ecuador.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

La demanda de los productos frutícolas del cantón Pimampiro de la provincia de Imbabura presenta una diversificación de las frutas que tienen potencial para poder abastecer la demanda de los clientes internacionales, por lo cual se debe trabajar en las exigencias de estos países para poder así diversificar y llegar a nuevos mercados.

Los productos frutícolas del cantón Pimampiro presentan una gran variedad de frutas exóticas de las cuales las que mayor producción y diversificación presenta son el aguacate, uvilla y taxo, cabe destacar que estos productos tienen gran demanda en los mercados debidamente seleccionados.

Para la selección de la estrategia de internacionalización se basó en las seis fases siendo los factores económicos, infraestructura, política, tecnológica, legales y socio culturales, adicional se calificó con factores ponderados a variables influyentes que podrían intervenir en la toma de decisión, como resultante se obtiene para el aguacate y uvilla exportación directa e indirecta son las adecuadas, por último, el taxo la franquicia es la más adecuada.

Los mercados internacionales con indicadores factibles y favorables para la comercialización de aguacate, uvilla y taxo son Piases bajos y Alemania ofreciendo una alta demanda de estos productos frutícolas y se establece una comercialización rentable para los siguientes 5 años en los cuales la oferta exportable sigue cubriendo un porcentaje de la demanda insatisfecha.

Luego del análisis financiero del producto aguacate se obtiene una tasa interna de retorno del 39% en un periodo de recuperación de 3,65 años aproximadamente, y el costo beneficio sería de 2,32 dejándolo como el producto frutícola más rentable para los productores frutícolas del cantón Pimampiro.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Se recomienda para la exportación del aguacate y uvilla utilizar el método de exportación directa ya que al establecer los mercados internacionales con los distintos requerimientos, es más factible realizar negociaciones directamente con los compradores seleccionados.

Para la comercialización del taxo se sugiere establecer una franquicia en el mercado destino, en este caso en Países bajos ya que por los factores influyentes la comercialización directa no es factible para los productores nacionales.

Se recomienda desarrollar un análisis de innovación de los tres productos para la toma de decisión de una estrategia de internacionalización, las economías en escala podrían llevar a una fase de transformación de los productos en estudio y optar por joint venture o franquicia.

Se recomienda desarrollar realizar futuras investigaciones de mercado para diversificar más productos en los mercados de Países bajos y Alemania, la presente investigación solo se enfocó en tres productos, posiblemente exista más oportunidades para otros productos.

Se recomienda en futuras investigaciones analizar el impacto de las fluctuaciones del cambio de moneda del dólar al euro, las estrategias de internacionalización dependerán del aporte de este análisis prospectivo.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, J., & Chasi, M. (2022). ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR FRUTICOLA EN EL ECUADOR EN. Obtenido de Respositorio Universidad de Guayaquil:

<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/888/1/463%20La%20competitividad%20del%20sector%20flor%20c3%20adcola%20de%20la%20ciudad%20de%20Tabacundo.pdf>

Acuña, J., & Chasi, M. (2022). Repositorio de la Universidad de Guayaquil. Obtenido de <https://repositorio.ug.edu.ec/items/9228f177-134d-423b-914e-250a04f91103>

AGROCALIDAD. (2024). AGROCALIDAD. Obtenido de <https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/aplicaciones/publico/>

Alvares , B., & Hernández , M. (Abril de 2022). Repositorio de la Universidad Casa Grande . Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/3492/1/Tesis3610ALV-HERE.pdf>

Alvarez, J., Cevallos, H., Garzón, V., & Carvajal, H. (2018). REMCA, Revista metropolitana de ciencias aplicadas. Obtenido de <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/424/444>

Angamarca , M. (2021). Repositorio de Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1168/1/526-%20ANGAMARCA%20VERGARA%20MARIUXI%20KATHERINE.pdf>

Banco Mundial. (2024). Banco Mundial. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/home>

CEPAL. (2016). Panorama de la inserción internacional. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/09481018-3cda-4c36-bd7b-98d3487b7b68/content>

Clavijo, C. (2022). Internacionalización: que es, proceso, estrategias y ejemplos. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/internacionalizacion>

CONNEXT. (2022). Estrategia de internacionalización: tipos y fases para llevarla a cabo. Obtenido de <https://blog.connex.es/fases-estrategia-de-internacionalizacion>

Datos Macro. (2024). Datos Macro. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>

Fiallos , R. (Diciembre de 2021). Estrategias de internacionalización al mercado Alemán para el posicionamiento de la pitahaya biológica producida en la Parroquia Chongón – Provincia del Guayas - Ecuador. Obtenido de Repositorio Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil: <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1624/ESTRAT~3.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

Fresh Plaza. (16 de Febrero de 2021). Fresh Plaza. Obtenido de Las importaciones holandesas de aguacate baten récord en 2020: <https://www.freshplaza.es/article/9293981/las-importaciones-holandesas-de-aguacate-baten-su-record-en-2020-con-un-aumento-del-19/>

GAD Pimampiro. (2023). Datos Cantón Pimampiro. Obtenido de <https://pimampiro.gob.ec/index.php/about-us>

González, G. (9 de AGOSTO de 2022). LIFEDER. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-documental/>

Guru Aranceles . (2024). Guru Aranceles. Obtenido de <https://guruaranceles.com/IndexMundi> . (2024). Index Mundi. Obtenido de <https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/SL.TLF.TOTL.IN>

Intriago , J., Villegas, M., Vásquez, C., & Briones, V. (2018). Polo del conocimiento. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/672>

Jervis, T. (2020). Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>

Jervis, T. (2020). Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Jervis, T. M. (27 de AGOSTO de 2020). LIFEDER. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Kaiser, R., & Tumbaco , L. (2022). Repositorio de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5068/1/T-ULVR-4085.pdf>

Maximiliano, G. H. (Enero de 2019). Eumed.net. Obtenido de [https://www.utm.mx/edi\\_anteriores/temas037/E3-.pdf](https://www.utm.mx/edi_anteriores/temas037/E3-.pdf)

Mejía, G. (2019). Repositorio de la Universidad Politécnica del Carchu. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/713/1/437%20La%20demanda%20de%20Ouvilla%20en%20mercados%20internacionales%20y%20su%20comercializaci%c3%b3n%20desde%20la%20Asociaci%c3%b3n%20de%20producci%c3%b3n%20agropecuaria%20PAKTA%20PURISHUNCHI.pdf>

Montalva, E., Solorzano , M., Navarrete, E., & Osorio, B. (27 de 12 de 2022). Revistas científicas UTEQ. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/cyt/article/view/573>

Montoya, W. (2023). Repositorio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1856/1/593-%20TARAPUES%20MONTROYA%20WENDY%20SULAY.pdf>

Mora, A. (25 de Junio de 2022). Repositorio UTN. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12590>

Ocles, M. (Agosto de 2021). Oportunidades de mercado internacional para la comercialización de aguacate de la parroquia San Vicente de Pusir – provincia del Carchi. Obtenido de Repositorio UPEC: <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/1410>

OMC. (2024). Organización mundial del comercio . Obtenido de <https://www.wto.org/indexsp.htm>

Organización Mundial del Comercio OMC . (2023). OMC. Obtenido de Aranceles: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm)

Orrego , C., Salgado, N., & Diaz, M. (2020). Estudio de mercado interno y externo de la fruta fresca y sus derivados. Obtenido de Fontagro: [https://www.fontagro.org/new/uploads/productos/16111\\_-\\_Producto\\_9.pdf](https://www.fontagro.org/new/uploads/productos/16111_-_Producto_9.pdf)

Palmer, U. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. Obtenido de Revista crítica de Petroglifos: <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20deductivo%20es%20un%20proceso%20para%20la,cual%20trata%20de%20poner%20a%20prueba%20dichas%20hip%C3%B3tesis.>

Pérez, E. (2020). Perspectiva de la oferta exportable del sector frutícola en la provincia del Carchi y el . Obtenido de Repositorio UPEC: <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1155/1/480%20P%c3%89REZ%20BELALCAZAR%20EUGENIO%20GUILLERMO.pdf>

Porras , L., & Ruiz , M. (2020). ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN. Obtenido de Repositorio Universidad de Córdoba:

<https://repositorio.unicordoba.edu.co/server/api/core/bitstreams/e93f796c-3695-4fd8-bd9e-eeddb71ad6d4/content>

Portal Fruticola. (10 de Julio de 2023). Portal Fruticola. Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2023/07/10/curuba-colombiana-una-pasiflora-que-promete-conquistar-mercados/>

Reyes , B., Guerra, D., Reyes, C., & Corimayhua , L. (2022). Métodos científicos y su aplicación en la investigación pedagógica. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. Obtenido de EBSCO: <https://web.s.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=20077890&AN=158172574&h=Mu%2bnpmZ6zItOzFUQezRHhsqompMqcvyEj5lQ0YYIuksL%2biIwcSxWjXPYLRfVspQ7%2bt4WyhXjLazzzXavKZvluw%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLo>

Rodríguez , J. (2023). Análisis de la exportación del mango ecuatoriano hacia el mercado de. Obtenido de Repositorio de Universidad de Guayaquil: <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1986/An%c3%a1lisis%20de%20la%20exportaci%c3%b3n%20del%20mango%20ecuatoriano%20hacia%20el%20mercado%20de%20China%202016-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salguero, J. (2020). Repositorio de la Universidad de las Americas. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/12764/1/UDLA-EC-TINI-2020-16.pdf>

Sánchez, S. (2022). Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1558/1/557-%20S%c3%81NCHEZ%20CHOLO%20SUSAN%20PAOLA.pdf>

Santander Trade . (2024). Santander Trade. Obtenido de <https://santandertrade.com/es>

SANTANDER TRADE. (2024). Obtenido de <https://santandertrade.com/es>

Santos, D. (17 de Mayo de 2022). Hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-ventaja-comparativa#:~:text=La%20ventaja%20comparativa%20cuenta%20con%20diferentes%20caracter%C3%ADsticas%2C%20entre,la%20ventaja%20comparativa%20de%20un%20producto.%20M%C3%A1s%20elementos>




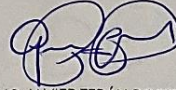

Simmonds, I. F. (25 de Julio de 2018). Agro Negocios. Obtenido de La uchuva es la principal apuesta de NovaCampo en el exterior y se consolida en Alemania: <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-uchuva-es-la-principal-apuesta-de-novacampo-en-el-exterior-y-se-consolida-en-alemania-2752670>

The Global Economy. (2024). The Global Economy.com. Obtenido de <https://www.theglobaleconomy.com/>

Trade Map. (2024). Trade Map . Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

## VII. ANEXOS

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

 <b>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI</b> 			
<b>FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL</b> <b>CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR</b> <b>ACTA</b> <b>DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>			
<b>ESTUDIANTE:</b>	FUERTA NARVAÉZ STALIN FERNANDO	<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	0401876743
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b>	2024A	<b>PRESIDENTE TRIBUNAL</b>	MSc. JULIO IVAN LÓPEZ CADENA
<b>DOCENTE:</b>	MSc. MILENA DEL ROCIO GUTIERREZ VILLARREAL	<b>DOCENTE TUTOR:</b>	PhD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO
<b>TEMA DEL TIC:</b>	"Estrategias de Internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	9,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,00	
3	METODOLOGÍA	9,00	utilizar más artículos científicos
4	RESULTADOS	9,00	Colocar la participación de los productos , utilizar la matriz por puntos, utilizar google trends para segmentar mercado, revisar la información financiera
5	DISCUSIÓN	9,00	Ampliar un poco más en función del análisis cualitativo para cada país determinado
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9,00	Revisar las estrategias de franquiciamiento
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	9,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,00	
Obteniendo una nota de: <b>9,00</b> Por lo tanto, <b>APRUEBA</b> ; 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 <b>lunes, 25 de marzo de 2024</b>			
 MSc. JULIO IVAN LÓPEZ CADENA PRESIDENTE TRIBUNAL		 PhD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO DOCENTE TUTOR	
 MSc. MILENA DEL ROCIO GUTIERREZ VILLARREAL DOCENTE			



# 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:	CHAMORRO GRIJALVA FATIMA MONSERRATH	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1050121100
PERIODO ACADÉMICO:	2024A		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSc. JULIO IVAN LÓPEZ CADENA	DOCENTE TUTOR:	PhD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO
DOCENTE:	MSc. MILENA DEL ROCIO GUTIERREZ VILLARREAL		
TEMA DEL TIC:	"Estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	9,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,00	
3	METODOLOGÍA	9,00	utilizar más artículos científicos
4	RESULTADOS	9,00	Colocar la participación de los productos , utilizar la matriz por puntos, utilizar google trends para segmentar mercado, revisar la información financiera
5	DISCUSIÓN	9,00	Ampliar un poco más en función del análisis cualitativo para cada país determinado
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9,00	Revisar las estrategias de franquiciamiento
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	9,00	
P	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,00	

Obteniendo una nota de: 9,00 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

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

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

MSc. JULIO IVAN LÓPEZ CADENA  
PRESIDENTE TRIBUNAL

PhD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO  
DOCENTE TUTOR

MSc. MILENA DEL ROCIO GUTIERREZ VILLARREAL  
DOCENTE

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



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

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
<b>NAME:</b> Fweltala Narváez Stalin Fernando y Chamorro Grijalva Fatima Monserrath				
<b>DATE:</b> 29 de febrero de 2024				
"Estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón Pimampiro y la comercialización."				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés, 5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	<b>TOTAL 9</b>		



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

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

**Autor:** Fuiltala Narváez Stalin Fernando y Chamorro Grijalva Fatima Monserrath

**Fecha de recepción del abstract:** 29 de febrero de 2024

**Fecha de entrega del informe:** 29 de febrero de 2024

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

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

**Observaciones:**

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

Atentamente



Firmado digitalmente por:  
EDISON BOANERGES  
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

**Anexo 3.** Oficio por parte de la Universidad dirigida a la asociación



#### Anexo 4. Aceptación por parte de la asociación

Tulcán, 22 de enero del 2024

Señora

MSc. Beatriz Realpe

Decana de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Presente

**Asunto:** Permiso para acceder a información y entrevistas con fines académicos hacia la Compañía San Juan Amarantes.

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la Compañía San Juan Amarantes, a la vez le deseamos éxitos en las funciones que como Institución académica desempeñan.

Por medio del presente, tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de hacer de su conocimiento que los Señores Chamorro Grijalva Fatima Monserrath con CI: 1050121100 y Fualta Narvaez Stalin Fernando CI: 401876743, tienen permitido acceder a información y entrevistas que tengan fines académicos con nuestra empresa, para desarrollar su trabajo de integración curricular denominado "Estrategias de internacionalización del sector frutícola del cantón pimampiro y la comercialización".

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

Atentamente,



Julio Guncha

Representante

Compañía San Juan Amarantes

**Anexo 5.** Entrevista a la asociación

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

Nombre:

Lugar-Fecha:

**Objetivo:** Esta información se empleará con la finalidad de analizar las estrategias de internacionalización y comercialización de frutas del cantón Pimampiro. Se garantiza la confidencialidad de los datos y se asegura que solo se utilizaran para fines de la investigación.

¿Cuántos socios forman la asociación San Juan Amarantes?

¿Cuál es la producción anual en Kg de fruta?

¿La asociación tiene su respectivo espacio para la recolección, selección y distribución de la fruta?

¿La asociación cuenta con la maquinaria necesaria para el tratamiento de las frutas?

¿Tiene conocimiento sobre cómo se realiza una exportación de frutas?

¿Qué 3 frutas se producen en la asociación?

¿Cuánto produce cada fruta destacada anualmente?

¿Qué precio se producen las 3 frutas?

¿Cuántas plantas entran en una hectárea de cada fruta?

¿Cuál es el proceso de la fruta desde el cultivo hasta su comercialización?

**Anexo 6.** Evidencia de los cultivos fotografías















**Anexo 7.** Tabla detallada de los costos de producción del aguacate

AGUACATE		2019			2020			2021			2022			2023		
ACTIVIDAD	DETALLE	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO	Análisis Suelos	1,00	21,39	21,39	1,00	22,46	22,46	1,00	23,58	23,58	1,00	24,76	24,76	1,00	26,00	26,00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO	Tractor rastra desmalezado	4,00	16,45	65,82	4,00	17,28	69,11	4,00	18,14	72,56	4,00	19,05	76,19	4,00	20,00	80,00
	Reservorio metros cúbicos	200,00	1,65	329,08	200,00	1,73	345,54	200,00	1,81	362,81	200,00	1,90	380,95	200,00	2,00	400,00
3. VARIEDAD	Plantas de Aguacate	417,00	3,70	1.543,80	417,00	3,89	1.620,99	417,00	4,08	1.702,04	417,00	4,29	1.787,14	417,00	4,50	1.876,50
	Reposición plantas	12,00	3,70	44,43	12,00	3,89	46,65	12,00	4,08	48,96	12,00	4,29	51,43	12,00	4,50	54,00
4. PLANTACIÓN	Trazado	3,00	14,81	44,43	3,00	15,55	46,65	3,00	16,33	48,96	3,00	17,14	51,43	3,00	18,00	54,00
	Hoyado ( 0,30 x0,30 x 0,4m profundidad)	8,00	14,81	118,47	8,00	15,55	124,39	8,00	16,33	130,61	8,00	17,14	137,14	8,00	18,00	144,00
	Fertilización de fondo	3,00	14,81	44,43	3,00	15,55	46,65	3,00	16,33	48,96	3,00	17,14	51,43	3,00	18,00	54,00
	Desinfección plantas y suelo	3,00	12,34	37,02	3,00	12,96	38,87	3,00	13,61	40,82	3,00	14,29	42,86	3,00	15,00	45,00
	Plantación	8,00	14,81	118,47	8,00	15,55	124,39	8,00	16,33	130,61	8,00	17,14	137,14	8,00	18,00	144,00
	Sistema riego por goteo	10.000,00	0,26	2.632,65	10.000,00	0,28	2.764,28	10.000,00	0,29	2.902,49	10.000,00	0,30	3.047,62	10.000,00	0,32	3.200,00
5. FERTILIZACIÓN																
A. Fertilización De Fondo para la plantación .	Abono orgánico	2.502,00	0,12	308,76	2.502,00	0,13	324,20	2.502,00	0,14	340,41	2.502,00	0,14	357,43	2.502,00	0,15	375,30
	Cal Dolomita	125,10	0,12	14,41	125,10	0,12	15,13	125,10	0,13	15,89	125,10	0,13	16,68	125,10	0,14	17,51
	triple 15	25,02	0,74	18,53	25,02	0,78	19,45	25,02	0,82	20,42	25,02	0,86	21,45	25,02	0,90	22,52
	Sulfato de Mg	4,17	0,62	2,57	4,17	0,65	2,70	4,17	0,68	2,84	4,17	0,71	2,98	4,17	0,75	3,13
	Sulfato de Zinc	4,17	1,15	4,80	4,17	1,21	5,04	4,17	1,27	5,30	4,17	1,33	5,56	4,17	1,40	5,84
B. Fertilización De Mantenimiento	Urea	86,96	0,99	85,85	86,96	1,04	90,14	86,96	1,09	94,65	86,96	1,14	99,38	86,96	1,20	104,35
	Sulfato de Potasio	50,00	1,55	77,33	50,00	1,62	81,20	50,00	1,71	85,26	50,00	1,79	89,52	50,00	1,88	94,00
	Sulfato de Mg	63,16	0,64	40,53	63,16	0,67	42,56	63,16	0,71	44,68	63,16	0,74	46,92	63,16	0,78	49,26
	Nitrato de Calcio	76,92	1,09	83,54	76,92	1,14	87,71	76,92	1,20	92,10	76,92	1,26	96,70	76,92	1,32	101,54
	Sulfato de Calcio	1,20	0,14	0,16	1,20	0,14	0,17	1,20	0,15	0,18	1,20	0,16	0,19	1,20	0,17	0,20
	Sulfato de Zinc	9,09	1,44	13,09	9,09	1,51	13,74	9,09	1,59	14,43	9,09	1,67	15,15	9,09	1,75	15,91
	Acido Bórico	4,55	1,18	5,38	4,55	1,24	5,65	4,55	1,31	5,94	4,55	1,37	6,23	4,55	1,44	6,55
	Compost/ Gallinaza descompuesta	104,25	2,06	214,42	104,25	2,16	225,14	104,25	2,27	236,39	104,25	2,38	248,21	104,25	2,50	260,63
7. CONTROL MALEZAS	Herbicida	4,00	9,87	39,49	4,00	10,37	41,46	4,00	10,88	43,54	4,00	11,43	45,71	4,00	12,00	48,00
8. CONTROLES FITOSANITARIOS	Control plagas y enfermedades, Insc. Fung.	1.251,00	0,16	205,84	1.251,00	0,17	216,13	1.251,00	0,18	226,94	1.251,00	0,19	238,29	1.251,00	0,20	250,20
9. POSCOSECHA	Empaques	41.178,00	0,03	1.235,34	167.297,00	0,03	5.018,91	2.205,00	0,03	66,15	497.983,00	0,03	14.939,49	425.020,00	0,03	12.750,60
10. VENTAS	Etiquetas	41.178,00	0,02	823,56	167.297,00	0,02	3.345,94	2.205,00	0,02	44,10	497.983,00	0,02	9.959,66	425.020,00	0,02	8.500,40
	Transporte	1,00	411,35	411,35	1,00	431,92	431,92	1,00	453,51	453,51	1,00	476,19	476,19	1,00	500,00	500,00
<b>TOTAL COSTOS</b>				<b>8.584,93</b>			<b>15.217,18</b>			<b>7.305,19</b>			<b>32.453,84</b>			<b>29.183,43</b>


## Anexo 8. Tabla detallada de los costos de producción de la uvilla

UVILLA	DETALLE	2019			2020			2021			2022			2023		
		Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)
ACTIVIDAD	ANÁLISIS DE LABORATORIO	1,00	21,39	21,39	1,00	22,46	22,46	1,00	23,58	23,58	1,00	24,76	24,76	1,00	26,00	26,00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO	Tractor rastra desmalezado	4,00	16,45	65,82	4,00	17,28	69,11	4,00	18,14	72,56	4,00	19,05	76,19	4,00	20,00	80,00
	Reservorio metros cúbicos	200,00	1,65	329,08	200,00	1,73	345,54	200,00	1,81	362,81	200,00	1,90	380,95	200,00	2,00	400,00
3. VARIEDAD	Plantas de Uvilla	417,00	0,08	205,68	417,00	0,09	215,96	417,00	0,09	226,76	417,00	0,10	238,10	2.500,00	0,10	250,00
	Reposición plantas	12,00	3,70	44,43	12,00	3,89	46,65	12,00	4,08	48,98	12,00	4,29	51,43	12,00	4,50	54,00
4. PLANTACIÓN	Trazado	3,00	14,81	44,43	3,00	15,55	46,65	3,00	16,33	48,98	3,00	17,14	51,43	3,00	18,00	54,00
	Hoyado (0,30 x0,30 x 0,4m profundidad)	8,00	14,81	118,47	8,00	15,55	124,39	8,00	16,33	130,61	8,00	17,14	137,14	8,00	18,00	144,00
	Fertilización de fondo	3,00	14,81	44,43	3,00	15,55	46,65	3,00	16,33	48,98	3,00	17,14	51,43	3,00	18,00	54,00
	Desinfección plantas y suelo	3,00	12,34	37,02	3,00	12,96	38,87	3,00	13,61	40,82	3,00	14,29	42,86	3,00	15,00	45,00
	Plantación	8,00	14,81	118,47	8,00	15,55	124,39	8,00	16,33	130,61	8,00	17,14	137,14	8,00	18,00	144,00
	Sistema riego por goteo	10.000,00	0,26	2.632,65	10.000,00	0,28	2.764,28	10.000,00	0,29	2.902,49	10.000,00	0,30	3.047,62	10.000,00	0,32	3.200,00
A. Fertilización De Fondo para la	Abono orgánico	2.502,00	0,12	308,76	2.502,00	0,13	324,20	2.502,00	0,14	340,41	2.502,00	0,14	357,43	2.502,00	0,15	375,30
	Sulfato de Zinc	9,09	1,44	13,09	9,09	1,51	13,74	9,09	1,59	14,43	9,09	1,67	15,15	9,09	1,75	15,91
7. CONTROL MALEZAS	Herbicida	4,00	9,87	39,49	4,00	10,37	41,46	4,00	10,88	43,54	4,00	11,43	45,71	4,00	12,00	48,00
8. CONTROLES FITOSANITARIOS	Control plagas y enfermedades, Insc. Fung.	1.251,00	0,16	205,84	1.251,00	0,17	216,13	1.251,00	0,18	226,94	1.251,00	0,19	238,29	1.251,00	0,20	250,20
9. POSCOSECHA	Empaques	41.178,00	0,03	1.235,34	167.297,00	0,03	5.018,91	2.205,00	0,03	66,15	497.983,00	0,03	14.939,49	425.020,00	0,03	12.750,60
10. VENTAS	Etiquetas	41.178,00	0,02	823,56	167.297,00	0,02	3.345,94	2.205,00	0,02	44,10	497.983,00	0,02	9.959,66	425.020,00	0,02	8.500,40
	Transporte	1,00	411,35	411,35	1,00	431,92	431,92	1,00	453,51	453,51	1,00	476,19	476,19	1,00	500,00	500,00
TOTAL COSTOS				6.699,28			13.237,25			5.226,27			30.270,97			26.891,41

## Anexo 9. Tabla detallada de los costos de producción del taxo

TAXO	DETALLE	2019			2020			2021			2022			2023		
		Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)	Cantidad	Costo (USD)	Total (USD/ha)
ACTIVIDAD	ANÁLISIS DE LABORATORIO	1,00	21,39	21,39	1,00	22,46	22,46	1,00	23,58	23,58	1,00	24,76	24,76	1,00	26,00	26,00
3. VARIEDAD	Plantas de Taxo	400,00	0,50	200,00	400,00	0,50	200,00	400,00	0,50	200,00	400,00	0,50	200,00	400,00	0,50	200,00
	Reposición plantas	12,00	3,70	44,43	12,00	3,89	46,65	12,00	4,08	48,98	12,00	4,29	51,43	12,00	4,50	54,00
4. PLANTACIÓN	Hoyado (0,30 x0,30 x 0,4m profundidad)	8,00	14,81	118,47	8,00	15,55	124,39	8,00	16,33	130,61	8,00	17,14	137,14	8,00	18,00	144,00
	Desinfección plantas y suelo	3,00	12,34	37,02	3,00	12,96	38,87	3,00	13,61	40,82	3,00	14,29	42,86	3,00	15,00	45,00
	Plantación	8,00	14,81	118,47	8,00	15,55	124,39	8,00	16,33	130,61	8,00	17,14	137,14	8,00	18,00	144,00
	Sistema riego por goteo	10.000,00	0,26	2.632,65	10.000,00	0,28	2.764,28	10.000,00	0,29	2.902,49	10.000,00	0,30	3.047,62	10.000,00	0,32	3.200,00
	Abono orgánico	2.502,00	0,12	308,76	2.502,00	0,13	324,20	2.502,00	0,14	340,41	2.502,00	0,14	357,43	2.502,00	0,15	375,30
	Sulfato de Zinc	9,09	1,44	13,09	9,09	1,51	13,74	9,09	1,59	14,43	9,09	1,67	15,15	9,09	1,75	15,91
5. FERTILIZACIÓN	Herbicida	4,00	9,87	39,49	4,00	10,37	41,46	4,00	10,88	43,54	4,00	11,43	45,71	4,00	12,00	48,00
6. CONTROL MALEZAS	Herbicida	4,00	9,87	39,49	4,00	10,37	41,46	4,00	10,88	43,54	4,00	11,43	45,71	4,00	12,00	48,00
7. CONTROLES FITOSANITARIOS	Control plagas y enfermedades, Insc. Fung.	1.251,00	0,16	205,84	1.251,00	0,17	216,13	1.251,00	0,18	226,94	1.251,00	0,19	238,29	1.251,00	0,20	250,20
8. VENTAS	Empaques	41.178,00	0,03	1.235,34	167.297,00	0,03	5.018,91	2.205,00	0,03	66,15	497.983,00	0,03	14.939,49	425.020,00	0,03	12.750,60
	Etiquetas	41.178,00	0,02	823,56	167.297,00	0,02	3.345,94	2.205,00	0,02	44,10	497.983,00	0,02	9.959,66	425.020,00	0,02	8.500,40
	Transporte	1,00	411,35	411,35	1,00	431,92	431,92	1,00	453,51	453,51	1,00	476,19	476,19	1,00	500,00	500,00
TOTAL COSTOS				6.196,77			12.699,61			4.651,75			29.657,72			26.237,50

## Anexo 10. Requisitos para exportar aguacate AGROCALIDAD



**PRODUCTO**

Exportación

Importación

Tránsito

Nacional

Área  
Sanidad Vegetal

País:  
Países Bajos

Producto  
aguacate

Partida Arancelaria

Sistema Gestionador Unificado de Información Agrocalidad 2013 Gestión Remolqueada

**BUSCAR**

**DATOS GENERALES**

Tipo: Frutas, hortalizas y tubérculos frescos

Subtipo: Fruta / Fruit

Nombre de producto (nombre científico): aguacate (*Persea americana*)

Partida recomendada: 0804400000

Unidad de medida según arancel: KG

Código de Agrocalidad: A0001


**PAISES BAJOS**

Quitar país en la versión impresa

Requisitos para exportación:

- R1 Certificado Fitosanitario de Exportación.
- R2 Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso
- R3 El material va libre de impurezas o material extraño.
- R4 El envío se encuentra en envases nuevos y de primer uso.
- R5 El envío va libre de plagas y suelo.

## Anexo 11. Requisitos para exportar uvilla AGROCALIDAD



PRODUCTO

Exportación

Importación

Tránsito

Nacional

Área  
Sanidad Vegetal

Pais:  
Alemania

Producto  
Uvilla

Partida Arancelaria

Sistema Gestorador Unificado de Información Agrocalidad 2013 Gestión Tecnológica

BUSCAR

DATOS GENERALES

Tipo	Productos procesados y secos
Subtipo	Fruta deshidratada / Dehydrated fruit
Nombre de producto ( <i>nombre científico</i> )	uvilla ( <i>Physalis peruviana</i> )
Partida recomendada	0813400010
Unidad de medida según arancel	KG
Código de Agrocalidad	A0001


ALEMANIA

⊘ Quitar país en la versión impresa

Requisitos para exportación

- R1 Certificado Fitosanitario de Exportación.
- R2 Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso
- R3 El material va libre de impurezas o material extraño.
- R4 El envío se encuentra en envases nuevos y de primer uso.
- R5 El envío va libre de plagas y suelo.

## Anexo 12. Requisitos para exportar taxo AGROCALIDAD



PRODUCTO

Exportación

Importación

Tránsito

Nacional

Área  
Sanidad Vegetal

Pais:  
Países Bajos

Producto  
TAXO

Partida Arancelaria

Sistema Gestorador Unificado de Información Agrocalidad 2013 Gestión Tecnológica

BUSCAR

DATOS GENERALES

Tipo	Frutas, hortalizas y tubérculos frescos
Subtipo	Fruta / Fruit
Nombre de producto ( <i>nombre científico</i> )	Taxo ( <i>Passiflora tarminiana</i> )
Partida recomendada	0810901020
Unidad de medida según arancel	KG
Código de Agrocalidad	A0003


PAISES BAJOS

⊘ Quitar país en la versión impresa

Requisitos para exportación

- R1 Certificado Fitosanitario de Exportación.
- R2 Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso
- R3 El material va libre de impurezas o material extraño.
- R4 El envío se encuentra en envases nuevos y de primer uso.
- R5 El envío va libre de plagas y suelo.

## Anexo 13. Otro posible comprador de aguacate.



**The Avocado Show**

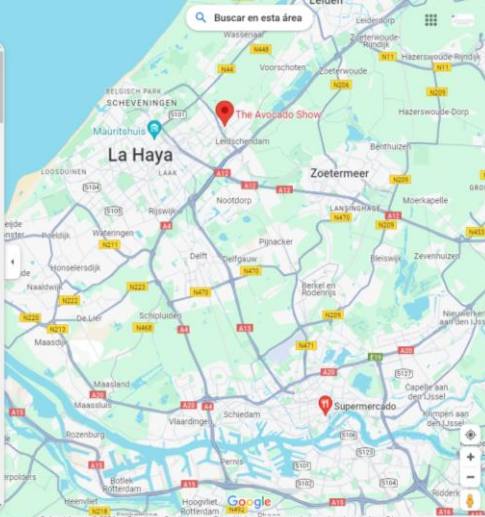
3.6 ★★★★★ (204)

Restaurante

Descripción general Opiniones Acerca de

RESERVAR UNA MESA

Consumo en el lugar  
  Retiros en la puerta  
 Entrega sin contacto



Buscar en esta área

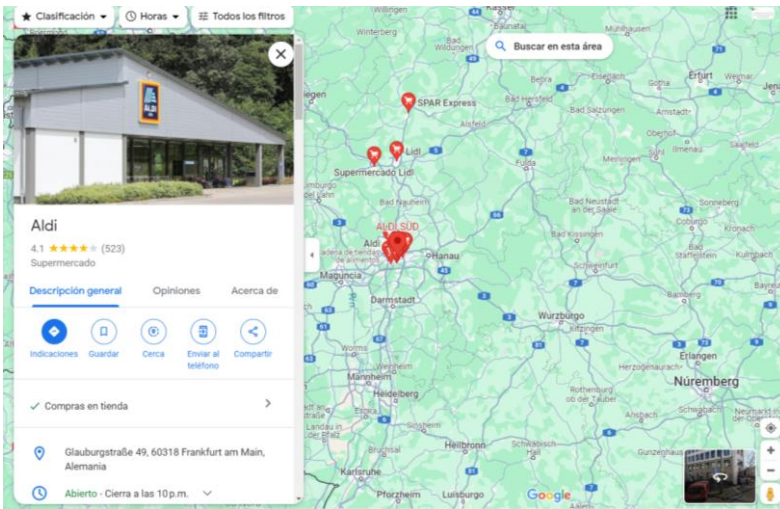
La Haya

Zoetermeer

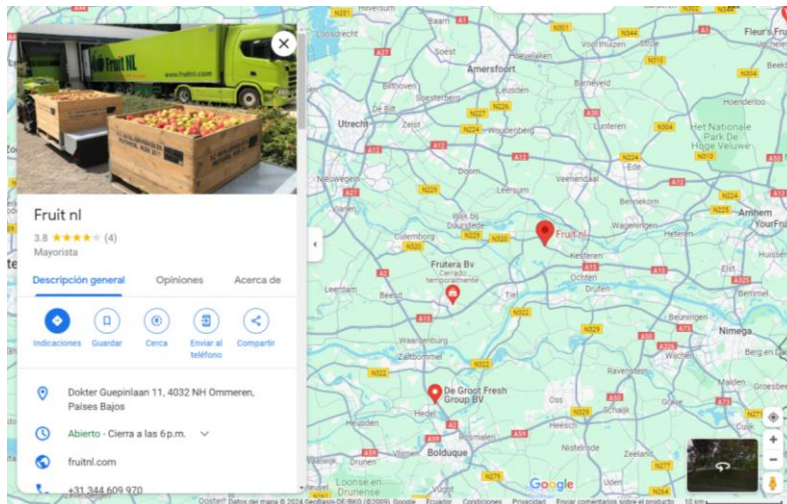
Supermercado



**Anexo 14.** Otro posible comprador de uvilla



**Anexo 15.** Otro posible comprador de taxo



**Anexo 16.** Formulas utilizadas para el estudio financiero

$$WACC = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

Donde:

WACC : Weighted Average Cost of Capital (Promedio Ponderado del Costo de Capital)

Ke: Tasa o de costo de oportunidad de los accionistas. Se utiliza para obtenerla el método CAPM o es descuento de los dividendos futuros.

CAA: Capital aportado por los accionistas

D: Deuda financiera contraída

Kd: Costo de la deuda financiera

T: Tasa de impuesto a las ganancias

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

**Anexo 17.** Empaque del aguacate



**Anexo 18.** Empaque de la uvilla



**Anexo 19.** Empaque del taxo



**Anexo 20.** Reunión con Exdirector administrativo del Municipio de Pimampiro



