

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi”

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

AUTORA: Nikole Estefanía Ponce Tanicuchí

TUTORA: Msc. Lorena Elizabeth Ruano Enríquez

Tulcán, 2022

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Ponce Tanicuchí Nikole Estefanía con el número de cédula 0401965132- 2, ha elaborado bajo mi dirección el Trabajo de Integración Curricular titulado: “Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi”

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 sustentación para la calificación respectiva.



f.....

Msc/ Ruano Enríquez Lorena Elizabeth

TUTORA

Tulcán, septiembre de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Ponce Tanicuchí Nikole Estefanía con cédula de identidad número 040196513- 2, declaro que el Trabajo de Integración Curricular es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.


f.....

Ponce Tanicuchí Nikole Estefanía

AUTORA

Tulcán, septiembre del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TIC

Yo, Ponce Tanicuchí Nikole Estefanía declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: “Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nikole Ponce', with a horizontal line drawn through it.

f.....

Ponce Tanicuchí Nikole Estefanía

AUTORA

Tulcán, septiembre del 2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por ser mi guía cada día, por demostrarme su inmenso amor a través de todas las bendiciones que me ha brindado, como la hermosa familia con la que me bendice, por la salud y la vida.

A mis padres, José Ponce y Lucía Tanicuchí por su amor, apoyo incondicional y depositar su confianza en mí, por ser mi motor para seguir adelante sin importar las dificultades que se presenten en el camino.

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

A mi tutora Msc. Lorena Ruano por su valioso tiempo y apoyo durante el proceso de desarrollo del Trabajo de Integración Curricular, con la finalidad de que culmine con éxito esta etapa universitaria.

A la empresa Mira Fruits por haberme abierto las puertas de las instalaciones para la recolección de información necesaria para el desarrollo y culminación del proyecto de investigación.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación le dedico principalmente a mis padres, José Ponce por su apoyo incondicional, por el sacrificio que realiza para poder formarme personalmente y profesionalmente y sobre todo por ser un hombre luchador y trabajador que día a día me enseña que con esfuerzo y perseverancia todo es posible en la vida, sin importar las veces que desmaye, siempre hay que salir adelante.

A mi madre, Lucía Tanicuchí por creer en mí y enseñarme que cada obstáculo que se presenta en el camino es una oportunidad para salir adelante y levantarme con más fuerza, le agradezco por ser una madre entregada y sacrificada y estar siempre para mí y mis hermanas.

A mis hermanas, Evelin, Melisa y María José por ser mis mejores amigas, compartir momentos únicos y nunca dejarme sola, sino que siempre me han impulsado a superarme y salir adelante. A mi sobrina Jasleidy que con su cariño y sonrisa me alegra los días, siendo también mi motivación diaria para levantarme cada mañana y lograr grandes cosas.

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TIC.....	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN.....	16
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN.....	18
I. PROBLEMA.....	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	22
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	24
1.4.1. Objetivo General.....	24
1.4.2. Objetivos Específicos	24
1.4.3. Preguntas de Investigación	24
1.5 VARIABLES.....	25
1.5.1 Variable Dependiente	25
1.5.2 Variable Independiente.....	25
1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.6.1 Delimitación Temporal.....	25
1.6.2 Delimitación espacial	25
1.6.3 Delimitación del universo.....	25

1.6.4 Delimitación de contenido.....	25
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	26
2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	26
2.2. MARCO TEÓRICO	31
2.2.1 Fundamentación conceptual	31
2.2.2. Fundamentación teóricas	38
III. METODOLOGÍA.....	40
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	40
3.1.1. Enfoque cualitativo.....	40
3.1.2. Enfoque cuantitativo.....	40
3.1.3. Tipos de Investigación.....	41
3.2. IDEA A DEFENDER.....	42
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	43
3.4. MÉTODOS A UTILIZAR.....	49
3.4.1 Método deductivo:.....	49
3.4.2 Método inductivo:	49
3.4.3 Técnica e instrumentos de la investigación	50
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	51
3.5.1 Población y muestra de la empresa.....	51
3.5.2 Población y muestra del país de destino.....	51
3.6 IDENTIFICACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE MERCADOS INTERNACIONALES	52
3.6.1 Diagnóstico de las Alternativas de Mercados	57
3.7 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO POAM	74
3.7.1. Análisis POAM	76

3.8 ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO.....	77
3.8.1 Perfil de Estados Unidos	77
3.8.2 Perfil del consumidor de Estados Unidos.....	77
3.8.3 Segmentación de mercado.....	79
3.9 ANÁLISIS SITUACIONAL – ECUADOR.....	87
3.10 ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO	89
3.10.1 Descripción del producto.....	89
3.10.2 Competencia a nivel nacional.....	91
3.13. PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	92
3.13.1 Consumo Nacional Aparente.....	94
3.13.2. Demanda insatisfecha.....	96
3.14 ESTUDIO TÉCNICO.....	98
3.14.1 Localización de la empresa.....	98
3.14.2 Maquinaria y equipos	99
3.14.3. Organización empresarial.....	100
3.14.4. Manual de funciones.....	102
3.14.5. Imagen Empresarial.....	106
3.14.6. Matriz FODA.....	107
3.14.7. Diagrama de procesos.....	112
3.14.8. Comercialización Internacional.....	115
3.14.9. Empaque y rotulado.....	116
3.14.10. Medio de transporte	118
3.14.11. Logística Internacional	119
3.14.12. Canal de distribución.....	121
3.14.13. Cubicaje.....	124

3.14.14. Incoterms	128
3.15. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	132
3.15.1. Inversión inicial	132
3.15.2. Capital de operaciones.....	134
3.15.3. Estructura del Financiamiento	139
3.15.4. Costo de capital promedio	139
3.15.5. Estados Financieros	141
3.15.6. Indicadores con financiamiento.....	142
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	144
4.1. RESULTADOS	144
4.1.1 Resultados Matriz POAM	144
4.1.2. Resultados de las entrevistas	145
4.2. DISCUSIÓN.....	151
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	155
5.1. CONCLUSIONES.....	155
5.2. RECOMENDACIONES.....	156
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	158
VII. ANEXOS	165

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable Independiente: Alternativas de mercados Internacionales	31
Figura 2. Variable dependiente: Exportación.....	34
Figura 3. Balanza comercial entre Ecuador y EE. UU periodo 2016- 2020	64
Figura 4. Balanza comercial entre Ecuador y Países Bajos.....	65
Figura 5. Balanza comercial Ecuador- Francia	66
Figura 6. Segmentación de mercado Estados Unidos	79
Figura 7. Macro localización en el Ecuador.....	91
Figura 8. Macro localización provincia del Carchi	98
Figura 9. Micro Localización comunidad.....	92
Figura 10. Micro localización empresa	99
Figura 11. Logotipo de la empresa	101
Figura 12. Gavetas plásticas.....	109
Figura 13. Adecuación del producto en empaque	116
Figura 14. Rotulado de empaque.....	117
Figura 15. Zunchos plásticos.....	118
Figura 16. Rutas transporte internacional.....	119
Figura 17. Canales de distribución	122
Figura 18. Dimensiones gaveta	124
Figura 19. Vista superior pellet	124
Figura 20. Vista apilamiento en pallets	125
Figura 21. Contenedor de 40' Reefer.....	126
Figura 22. Incoterms FOB.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de Incoterms	35
Tabla 2. Operalización de Variable Independiente.....	43
Tabla 3. Operalización de Variable Dependiente	46
Tabla 4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	50
Tabla 5. Grupo de expertos.....	51
Tabla 6. Clasificación Arancelaria aguacate Hass.....	52
Tabla 7. Top 10 de los países importadores a nivel mundial de la subpartida 0804.40.00, valor expresado en porcentaje de arancel	53
Tabla 8: Top 10 de los países importadores a nivel mundial de la subpartida arancelaria 0804.40.00, valor expresado en porcentaje de coeficiente de apertura comercial	54
Tabla 9: Ranking de países que más importan aguacate Hass	55
Tabla 10: Arancel, Coeficiente de apertura económica y valor importado de los países.....	55
Tabla 11: Ranking mundial de importaciones de aguacate Hass	56
Tabla 12: Distribución por edad.....	57
Tabla 13: Población total.....	58
Tabla 14: Perfil de consumidor EE.UU.....	59
Tabla 15: Perfil de consumidor Países Bajos	59
Tabla 16: Perfil del consumidor Francia	60
Tabla 17: Empleo por sector país	61
Tabla 18: Acuerdos comerciales	62
Tabla 19: Balanza comercial Ecuador y Estados Unidos.....	63
Tabla 20: Balanza comercial entre Ecuador y Países Bajos	64
Tabla 21: Balanza comercial entre Ecuador y Francia	65
Tabla 22: Estabilidad política.....	66
Tabla 23: Estabilidad del Sistema Bancario.....	67
Tabla 24: Barreras Arancelaria por país.....	68
Tabla 25: Barreras No arancelarias por país.....	69
Tabla 26: Indicadores económicos de Estados Unidos	71
Tabla 27: Indicadores económicos de Países Bajos	72
Tabla 28: Indicadores económicos de Francia	73

Tabla 29: Perfil de Oportunidades y Amenazas de la matriz POAM	74
Tabla 30: Ponderación de datos POAM, países de Estudio	76
Tabla 31. Ficha Técnica Estados Unidos.....	77
Tabla 32. Ficha Técnica estado de California	80
Tabla 33. Variables demográficas	82
Tabla 34. Distribución racial	82
Tabla 35. MSF y OTC de Estados Unidos	85
Tabla 36. Importación de aguacate de EE. UU, valor en miles de USD.....	86
Tabla 37. Ficha Técnica Ecuador	87
Tabla 38. Ficha Técnica información nutricional del producto.....	89
Tabla 39. Ficha Técnica del producto	90
Tabla 40. Características del aguacate.....	90
Tabla 41. Empresas competidoras a nivel nacional.....	91
Tabla 42. Cálculo Proyección Poblacional California- EE. UU.....	92
Tabla 43. Proyecciones de las exportaciones Estados Unidos	93
Tabla 44. Proyección y tasa de crecimiento de la población de California.....	94
Tabla 45. Consumo nacional aparente de Aguacate Hass	95
Tabla 46. Cálculo de la Demanda insatisfecha Internacional.....	96
Tabla 47. Maquinarias y equipos.....	99
Tabla 48. Mano de obra.....	102
Tabla 49. Manual de funciones Gerente General	102
Tabla 50. Manual de funciones administrativo financiero	103
Tabla 51. Manual de funciones ingeniero de calidad	103
Tabla 52. Área de producción.....	104
Tabla 53. Manuel de funciones personal de campo.....	105
Tabla 54. Manual de funciones grupo de clasificadores.....	105
Tabla 55. Manual de funciones agente comercial	106
Tabla 56. Matriz MEFI.....	108
Tabla 57. Matriz MEFE.....	110
Tabla 58. Matriz Resultante MEFE y MEFI	111
Tabla 59. Calibración de aguacate Hass	114

Tabla 60. Logística Internacional	120
Tabla 61. Canales de distribución.....	121
Tabla 62. Canal de distribución empresa Mira Fruits.....	123
Tabla 63. Estimación de contenedores a exportarse	127
Tabla 65. Cálculo de Incoterms término FOB.....	128
Tabla 66. FOB Unitario por gavetas.....	130
Tabla 67. Cálculo de Incoterms	130
Tabla 68. Inversión inicial total	132
Tabla 69. Inversión Fija.....	133
Tabla 70. Gastos de constitución- Activos diferidos.....	134
Tabla 71. Total, Capital de Operación.....	134
Tabla 72. Costos de producción- proyecciones	135
Tabla 73. Sueldos administrativos.....	136
Tabla 74. Gastos administrativos.....	137
Tabla 75. Proyección de gastos de exportación.....	138
Tabla 76. Estructura de financiamiento	139
Tabla 77. Costo capital promedio.....	140
Tabla 78. Tabla de amortización	140
Tabla 79. Estado de resultados	141
Tabla 80. Flujo de efectivo- Indicadores Financieros	142
Tabla 81. Resumen de la Matriz POAM	144

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado o Acta del Perfil de Investigación.....	165
Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de idiomas	166
Anexo 3. Oficio dirigido a la empresa Mira Fruits	168
Anexo 4. Carta de aceptación de la empresa Mira Fruits.....	169
Anexo 5. Formulario 001- Entrevista aplicada al gerente general de Mira Fruits	170
Anexo 6. Formulario 002- Entrevista aplicada a PRO ECUADOR.....	174
Anexo 7. Formulario 003- Entrevista aplicada a Agrocalidad.....	176
Anexo 8. Formulario 004- Entrevista aplicada a empresa en Estados Unidos Del Rey Avocado	178
Anexo 9. Entrevista aplicada a Del Rey Avocado	178

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la opción más adecuada de las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi, con el fin de abrir nuevos mercados para la exportación del producto e incrementar ventas; para ello se hizo un estudio de factores políticos, económico y sociales de las alternativas de mercados Estados Unidos, Países Bajos y Francia, los mismo que fueron seleccionado a través del análisis de factores como arancel, Coeficiente de Apertura Económica y países que mayormente importan aguacate.

Mediante el perfil de oportunidades y amenazas (POAM) se identificó al mercado estadounidense como una gran oportunidad para la exportación de aguacate Hass, debido a los puntos fuertes que favorecen su mercado. La investigación se realizó mediante recolección de datos primarios como encuesta aplicada a un representante de la empresa Mira Fruits, expertos de instituciones como PRO ECUADOR y Agro calidad y a empresa en el país de destino Del Rey Avocado Company en California. La información secundaria se obtuvo mediante la búsqueda de información en libros, revistas, artículos científicos, páginas web, datos estadísticos, entre otros, lo que permitió el desarrollo del estudio.

A través del estudio técnico se pudo establecer información básica de la empresa como empaque, etiqueta del producto, proceso de producción, medio de transporte a utilizar, comercialización internacional, término de negociación, canal de distribución. Además, se pudo establecer las unidades comerciales a exportar, contenedores a enviarse, requisitos de entrada en el país de destino, entre otros.

Finalmente, con el estudio económico financiero se pudo determinar que el proyecto para la exportación de aguacate Hass es viable porque presentó indicadores financieros favorables, donde el Valor Actual Neto es de \$63.728, la Tasa Interna de Retorno del 18% y un periodo de recuperación de 4 años 2 meses; de esta manera se demuestra que el proyecto tendrá una rentabilidad considerable a partir del quinto año.

Palabras clave: alternativas de mercados, exportación, aguacate Hass, empresa Mira Fruits, oferta, demanda.

ABSTRACT

The objective of this project is to determine the most appropriate option of the international market alternatives for the Hass avocado export from the Mira Fruits company in the Carchi province in order to open new markets for the export of the product and increase sales. For this, a study of political, economic and social factors of the United States, Netherlands and France market alternatives was made, the same ones that were selected through the analysis of factors such as tariff, Economic Opening Coefficient and countries that mostly import avocado.

While the profile of opportunities and threats (POAM) the US market was identified as a great opportunity for the export of Hass avocado, due to the strengths that favor its market. The research was carried out by collecting primary data as a survey applied to a representative of the Mira Fruits company, experts from institutions such as PRO ECUADOR and Agro-quality, and a company in the country of destination Del Rey Avocado Company in California. Secondary information was obtained by searching for information in books, magazines, scientific articles, web pages, statistical data, among others, which allowed the development of the study.

Through the technical study it was possible to establish basic information of the company such as packaging, product label, production process, means of transport to be used, international marketing, negotiation term, distribution channel. In addition, it was possible to set up the commercial units to be exported, containers to be sent, entry requirements in the country of destination, among others.

Finally, with the financial economic study it was possible to determine that the project for the export of Hass avocado is viable because it presented favorable financial indicators, where the Net Present Value is \$63,728, the Internal Rate of Return of 18% and a recovery period of 4 years 2 months. In this way, it is shown that the project will have a considerable profitability from the fifth year.

Keywords: alternative markets, export, Hass avocado, Mira Fruits company, supply, demand.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en identificar las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass que produce la empresa “Mira Fruits” perteneciente a la provincia del Carchi, con la finalidad de potenciar las exportaciones de la empresa y generar fuentes de ingreso para el cantón Mira y la provincia.

Una vez que se haya identificado la alternativa más idónea para la exportación de aguacate Hass se procedió a realizar el estudio de mercado para conocer su situación actual y poder determinar la demanda en el mercado, y así potenciar la producción.

La investigación comprende los siguientes capítulos:

Capítulo I: en este capítulo se da a conocer la problemática que enfrenta el Ecuador, la provincia del Carchi y la empresa Mira Fruits, ya que al desconocer sobre las posibles alternativas de mercados internacionales se estanca la posibilidad de abrir nuevos mercados. Dentro de la justificación se da a conocer las razones de investigar el presente tema y dentro del objetivo general y objetivos específicos se plantea lo que se quiere alcanzar con el desarrollo de la investigación.

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

Capítulo III: en el tercer capítulo se encuentran los métodos, técnicas e instrumentos que serán utilizados para la recolección de información oportuna para la ejecución de la investigación.

Capítulo IV: en el capítulo cuatro se analiza los resultados obtenidos; así como también se desarrolla la discusión de acuerdo a los resultados de la investigación y a partir de las técnicas utilizadas que ayudarán a que la investigación se realice de manera más acertada.

Capítulo V: en este capítulo se presentan las conclusiones de la investigación, recomendaciones, anexos y bibliografía.

I. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización es un proceso económico que ha permitido que los intercambios comerciales a nivel mundial sea el suceso que más ha ido incrementando su frecuencia debido a los múltiples beneficios económicos que aportan a un país; sin embargo, el principal problema que enfrentan los países menos desarrollados son las desigualdades de oportunidades, frente a países desarrollados ya que estos al comercializar bienes transformados tienen un mayor valor agregado, en cambio los países menos desarrollados al exportar solo materias primas obtienen menos beneficios económicos.

Ecuador es reconocido a nivel mundial por ser un país agrícola, siendo un eje primordial para la economía del Ecuador, pues gran parte de los ingresos provienen de las exportaciones tales como: petróleo, flores, banano, camarón, café, cacao entre otros productos tradicionales, aunque en los últimos años Ecuador se ha ido incorporando en mercados internacionales con las exportaciones de productos no tradicionales como enlatados, maderas, etc.

El Ecuador es un país netamente agrícola, desde los años 70 la mayoría de exportaciones han sido de productos tradicionales, dando principalmente hacia Norteamérica y países europeos. La inserción definitiva del Ecuador en el mercado internacional se da en el año 1880 con el auge del cacao, donde se logró un crecimiento del 2,5% en el PIB. Las exportaciones de banano y cacao eran propias del país y, con el paso de los años se sumó el petróleo, convirtiéndose hoy en día en un nuevo generador de ingresos a la economía nacional, siendo el principal producto de exportación. Sin embargo, el Ecuador no puede seguir dependiendo de extracción y venta de productos primarios ya que debe proceder a la industrialización y así generar más competitividad y recursos económicos. (Pontón, 2018, pág. 12)

Durante al año 2020 el Ecuador sufrió un descenso en las exportaciones, pero a pesar de esto mostró una balanza comercial con superávit, esto debido a que el consumo nacional a causa de la pandemia provocó una baja en las importaciones, y de esta manera las exportaciones tuvieron un pequeño

incremento, además permitió que el país subiera la posición del ranking según el importe de sus exportaciones del puesto 64 subiendo a la posición 62.

En el 2020, la exportación que más tuvo relevancia y la más grande del año fue la exportación del aguacate Hass cosechadas en plantaciones del Norte del país, con un total de 20,1 toneladas de aguacate Hass; este producto durante los últimos años ha cobrado mayor relevancia y ha generado la apertura de 42 mercados internacionales, siendo el mayor mercado España que está abierto desde el año 2012.

En la provincia del Carchi se encuentra el cantón Mira que está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”. Según (Mafla, 2013) “Mira cuenta con variedad de microclimas, ya que su suelo inclinado va desde los 1000 msnm hasta los 3500 msnm, la ciudad posee un agradable clima que promedia los 18° C lo que da lugar a una variada producción agrícola”.

En dicho cantón está ubicada la empresa “Mira Fruits” que se encuentra en la comunidad Las Parcelas a 5 minutos del centro de la ciudad de Mira y es el resultado de la fusión de dos grandes firmas españolas: ECOLIJAR-GROUP y SHERRY QUALITY, ambas dedicadas a la distribución de frutas frescas tropicales y exóticas en diferentes presentaciones, que van desde lo convencional hasta la línea gourmet, utilizado en la alta cocina, siempre garantizando un producto de calidad (elnorte.ec, 2020).

El ingeniero Lorenzo Villa presidente de la empresa Mira Fruits, en una entrevista manifestó que las dificultades que han presentado en su primera exportación ha sido la falta de mercados internacionales, desconocimiento de exigencias para arancelarias y las deficiencias logísticas, ya que debido a la emergencia sanitaria por covid- 19 los procesos de exportación tuvieron que ser retrasados.

Por otro lado, el administrador de la empresa, Andrés Reina indicó que a finales del año pasado se estimaban algunas pruebas de envíos a otros destinos, pero surge la problemática de la escasez de mercados y el desconocimiento de exigencias para arancelarias para la entrada a mercados

internacionales, ya que al ser una empresa nueva no tiene la suficiente experiencia en temas de exportación.

De igual manera esta empresa únicamente se dedica a la exportación de aguacate Hass, aunque no se descarta la idea de tener la oportunidad de exportar otros productos frescos como: mango, pitahaya, granadilla los mismos que deben cumplir con los mejores estándares de calidad y de esta manera la empresa pueda abrir nuevos mercados generando competitividad e ingresos económicos para la zona.

Por tal motivo se vio la necesidad de buscar nuevas alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass que produce la empresa Mira Fruits y determinar qué mercado es el más factible tomando en cuenta las oportunidades políticas, económicas y sociales que presenta.

Por lo que dentro del presente trabajo se identificó las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate tipo Hass de la empresa Mira Fruits, ya que Ecuador al ser un país netamente agrícola, gran parte de su economía depende de las exportaciones, siendo uno de los principales problemas que la empresa enfrenta, la falta de estudios de mercados para la determinación de alternativas para la exportación; además de la deficiencia de estrategias logísticas, sumado a retrasos de tiempo debido a la situación de pandemia por la que el mundo tuvo que atravesar, lo que ha dificultado los procesos de exportación y con ello la entrada a nuevos mercados internacionales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la existencia de alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la Provincia del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El aguacate Hass es un producto perteneciente a los no tradicionales que contiene un gran valor nutricional, pues es una fruta que aporta grandes beneficios para el organismo debido a que es considerada como “grasa saludable”, beneficioso para dietas en personas con colesterol alto y aquellas que contraen diabetes. Hoy en día se lo está utilizando en la industria cosmética y de medicina, por tal razón la demanda del aguacate Hass en mercados internacionales cada vez ha ido incrementado y se ha pronosticado un alto potencial de exportación.

El Ecuador es considerado como un país netamente agrícola, ya sea por la posición geográfica en la que se encuentra o por la diversidad de climas que posee; haciendo que sus suelos sean más aptos y los más adecuados para la producción de una gran variedad de frutas tropicales, frutos secos, flores, vegetales, hortalizas, tubérculos, granos, aguacate entre otros.

La presente investigación estuvo orientada a identificar alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass producido por la empresa “Mira Fruits” ubicada en la provincia del Carchi, actualmente la empresa ha iniciado su proceso de exportación con el envío de un contenedor hacia el mercado español únicamente, por lo que esta investigación ayudó a la empresa a expandir sus destinos de exportación.

Dentro de la investigación, a través de fuentes bibliográficas se realizó un análisis de los principales importadores de aguacate a nivel internacional y determinar un ranking, del cual se escogieron las tres primeras alternativas de mercados para el estudio de factores como políticos, económicos y sociales y por medio de una matriz de oportunidades y amenazas (POAM) poder determinar que alternativa obtiene mayores oportunidades la cual fue considerada como la mejor alternativa para la exportación de aguacate Hass. Además, a través de un estudio financiero se conoció la factibilidad de la exportación del producto.

También se aplicaron técnicas e instrumentos donde se involucró la recolección de información de fuentes primarias para obtener mejores resultados y pudieron ser una ayuda para la empresa, de modo que pudieron conocer otros destinos a los que se podrían dirigir el producto, requisitos de entrada, acuerdos comerciales, exigencias, etc y poder conocer lo que el consumidor espera o las

expectativas que tiene del producto, así la empresa pueda llenar esos vacíos y llegar a ser más competitiva en el mercado internacional.

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

La ejecución de esta investigación involucró directamente al personal de la empresa Mira Fruits quienes al contar con nuevas alternativas de mercados internacionales pudieron incrementar su nivel de producción, expansión de exportaciones y además dependiendo de la aceptación que vaya obteniendo el producto a nivel internacional se podrá optar por especializarse en la producción de más frutas tradicionales y no tradicionales producidos en la zona 1 del país.

Otro beneficiario fue el cantón de Mira que es el lugar donde se encuentra la empresa, de tal manera que al ampliarse la cuota de mercado la oferta de trabajo también aumentó, mejorando la calidad de vida de los habitantes de la zona a través de la generación de oportunidades para el sector y el país.

Así como también los consumidores potenciales, ya que este producto se lo puede consumir tanto natural como industrializado y más aún en la industria de cosméticos y de medicina, pues durante los últimos años el aguacate ha aumentado su acogida debido a los grandes beneficios que aportan a la salud del ser humano por lo que la demanda de aguacate Hass va en constante aumento año tras año.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar la adecuada alternativa de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa “Mira Fruits” de la Provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi.
- Identificar las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi.
- Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación es importante dar respuestas a las siguientes preguntas planteadas.

- ¿Qué es exportación?
- ¿Qué son alternativas de mercados internacionales?
- ¿Cuáles son los principales países importadores de aguacate Hass?
- ¿Qué países exportan aguacate Hass?
- ¿Cuáles son las barreras arancelarias y para arancelarias que restringen el ingreso al aguacate Hass?
- ¿Cuál es la demanda insatisfecha de aguacate?
- ¿Cuál es el mercado óptimo para la exportación de aguacate Hass?
- ¿Cuál es el perfil del consumidor en el país destino?
- ¿Cuáles son los acuerdos comerciales que existen con los mercados internacionales a los que se pretende llegar?
- ¿Cuál es la inversión para la exportación de aguacate Has?
- ¿Cuál es la factibilidad en la exportación de aguacate Hass?

1.5 VARIABLES

1.5.1 Variable Dependiente

Exportación de aguacate Hass

1.5.2 Variable Independiente

Alternativas de mercados internacionales

1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Delimitación Temporal

El tiempo de duración para la recolección de datos que se consideró para la realización del trabajo de investigación propuesto fue durante el periodo 2021- 2022, el cual fue utilizado para la elaboración y revisión correspondiente del proyecto final.

1.6.2 Delimitación espacial

Esta investigación se llevó a cabo dentro de la empresa Mira Fruits del Cantón Mira, Provincia del Carchi perteneciente a la zona 1. Además, para el estudio del mercado meta, la investigación se extendió al país destino con la aplicación de instrumentos como la entrevista.

1.6.3 Delimitación del universo

Las unidades de análisis sobre las cuales se aplicaron los instrumentos de recolección de información para la ejecución del proyecto será sobre el personal de la empresa Mira Fruits para que puedan facilitar cierta información; además se aplicó sobre la demanda a donde se pretendió llegar con el producto.

1.6.4 Delimitación de contenido

El proyecto de investigación planteado cumplió con lo exigido por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, entorno al grado investigativo y el esquema de presentación, por lo que se sustentará bajo textos, estudios realizados anteriormente; adicionalmente se complementó con técnicas e instrumentos de recolección de datos arrojando resultados más certeros.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Antecedente N° 1

La tesis realizada por (Terán Acosta, 2019), establece alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda la Magdalena, provincia de Imbabura. Los resultados obtenidos dentro de la investigación fueron que a través del estudio tanto como técnico y financiero se pudo concluir que el presente trabajo de investigación es factible, ya que la Hacienda puede llegar a producir a su máxima capacidad para intentar cubrir un porcentaje de la demanda y mediante las ventas recuperar la inversión, por otro lado, se determina que no puede ser viable por los datos estadísticos donde es claro que la producción de cebada es netamente para el consumo interno y que las exportaciones no son indicio de una posible negociación.

Aporte: Esta tesis utiliza la metodología idónea para el desarrollo del proyecto de investigación y muestra técnicas para determinar las mejores alternativas de mercados internacionales.

Antecedente N° 2

La tesis realizada por (Moran Quinto & Vernaza Diaz, 2018), tiene como tema plan de negocio para la comercialización de aguacate Hass hacia el mercado canadiense, donde como resultado se establece que el plan de negocio es rentable, considerando los aspectos de investigación relacionados y el financiamiento necesario para poner en marcha este plan de negocio. Una de las estrategias para la aceptación del producto será dar a degustar el aguacate Hass ecuatoriano a la población de Montreal en cada uno de los supermercados y la otra estrategia será realizar publicidades en radio, página web y redes sociales de esta manera se captará al mercado de forma rápida.

Aporte: Esta investigación ayudó a conocer la factibilidad que tiene el aguacate Hass en el mercado estadounidense, la cual sirvió para tomar directamente esta alternativa para la exportación del aguacate Hass que produce la empresa Mira Fruits y se conoce las estrategias que el país podría tomar para que la comercialización a este país sea más efectiva.

Antecedente N° 3

El artículo científico realizado por (Lizarzaburo, 2020) con el tema: El aguacate Hass llena de optimismo al Gobierno y a los productores nacionales, fundamenta que uno de los resultados obtenidos fue que Ecuador se ubica ya en el mapa de los exportadores de aguacate, se espera un crecimiento sustancial de las ventas de este producto al mundo, gracias a los planes de financiamiento para riego y genética con una tasa de alrededor del 6 %, más algunos años de gracia, a través de Ban Ecuador. Pero la clave está en el manejo de los cultivos y la temporada de cosecha. Hasta octubre del 2020 han sido certificados 666.278 kilos para la exportación a Colombia, Países Bajos, Suiza, Hong Kong y España. Aunque el ministro pone sus expectativas en otros países de Asia.

Aporte: Este artículo científico aportó con estudios de las condiciones óptimas en las que el aguacate Hass se debe exportar y otros posibles destinos a los que se podrían tomar también como alternativas de exportación.

Antecedente N° 4

El artículo científico investigador por (Viera, Sotomayor, & Viera, 2016), con el tema del potencial del cultivo de aguacate en Ecuador como alternativa de comercialización en el mercado local e internacional concluye que el principal importador del aguacate ecuatoriano es Colombia: sin embargo, existen otros nichos de mercado como Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Canadá, Reino Unido y Antigua y Barbuda que pueden ser explotados para incrementar los volúmenes de exportación, ya que el aguacate ecuatoriano ha sido importado por esos países en cantidades mínimas. El aguacate variedad Fuerte tiene mayor aceptación por el consumidor en el mercado local; sin embargo, la variedad Hass es comercializada en el mercado internacional y por su contenido de aceite es usada en la industrialización de esta fruta. El mercado europeo constituye una oportunidad para el exportador de esta fruta debido al alto precio por kilogramo que alcanza.

Aporte: Este artículo científico aportó el dar a conocer la demanda que tiene el aguacate Hass a nivel local e internacional a través de datos estadísticos desde el año 2011 hasta el año 2020, así como también se mostró un análisis de precios tanto nacional como internacional lo que permitió plantear estrategias para su exportación.

Antecedente N° 5

La investigación realizada por (Guzmán Marotto & Vera Avila, 2012) del diseñar un plan estratégico para incrementar las exportaciones del aguacate ecuatoriano al mercado francés fundamenta que la creación de un centro de acopio de aguacate daría mayor formalidad a este fruto y lo potencia para que pase a ser parte de los productos más exportados por Ecuador. La seguridad alimentaria que tiene el Ecuador lo vuelve un respaldo y cumplimiento en las preferencias y exigencias de la Unión Europea. Una de las estrategias para el incremento de exportaciones es organizar a los productores en grupo con el objetivo de fomentar la capacidad gremial, mejorar su poder de negociación, incrementar sus ingresos, beneficios reales y que logren alcanzar una mejor posición dentro de la cadena productiva.

Aporte: Con esta investigación se conoció la evolución de las exportaciones de aguacate donde se analizó la competitividad con respecto a otros países y los requisitos que se debe cumplir para entrar al mercado francés, el cual se consideró como alternativa de exportación, así como también estudios sobre la producción del aguacate ecuatoriano y cosas relevantes del mismo.

Antecedente N° 6

La investigación realizada por (Arias, Montoya, & Velásquez, 2018) de la dinámica del mercado mundial de aguacate implanta que como resultado que los países productores de aguacate, que esencialmente son latinoamericanos, se verán favorecidos por el auge de consumo de este fruto, el cual no da muestra de ceder su crecimiento en el corto plazo, con las posibilidades que trae este negocio, el cual puede revitalizar económicamente las zonas de cultivo, los agricultores mismos y todos los que participan de la cadena de valor; sin embargo, es importante que esta bonanza en los países productores se vea acompañada por estrategias de largo plazo, las cuales permitan capitalizar la inversión, mediante el desarrollo de una cadena productiva que agregue valor al producto, en aras de que verdaderamente genere desarrollo económico y social en los países productores que están en vías de desarrollo.

Aporte: Este artículo científico llevó en conocer la dinámica mundial del aguacate en el mercado mundial e información de datos de producción, importaciones y exportaciones, lo que ayudó a tener un escenario más amplio para poder determinar las alternativas de mercados al conocer la

capacidad de producción que tiene el Ecuador así mismo la proyección de precios lo que permitió que el estudio financiero sea más acertado.

Antecedente N° 7

El proyecto investigado por (Puetate, 2020) de las alternativas de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Asociación Agropecuaria “El Edén” de la parroquia Maldonado, Provincia del Carchi, concluye que mediante el portal Web Trade Map y la Guía de Agro calidad se pudo llegar a comprobar que, si existen alternativas de mercados internacionales para la respectiva comercialización de pulpa de naranjilla por parte de la Asociación de Productores Agropecuarios “El Edén” estableciendo como posibles mercados objetivos a Estados Unidos, Holanda y España en vista de que son países que presentan altos índices de consumo de productos procesados como la pulpa de frutas.

Aporte: Esta tesis ayudó a determinar la metodología idónea para el desarrollo de la investigación; así mismo, al tratarse de que la variable independiente coincide, se pudo rescatar ciertas cosas importantes como modelo para el desarrollo del trabajo.

Antecedente N° 8

La revista (El Universo, 2020) en su publicación de economía con el tema del aguacate Hass cultivado en el norte de Ecuador sale por primera vez a España establece que el Ministerio de Agricultura ha identificado el aguacate Hass como uno de los productos no tradicionales con alto potencial de exportación, pues la demanda a nivel mundial está creciendo. Actualmente se estima que hay sembradas 400 hectáreas de esta variedad en la Sierra y 250 hectáreas en la Costa. Corpoaguacate, gremio que reúne a 24 socios, estima que en cinco años habrá 5.000 hectáreas sembradas. Una de las superficies en crecimiento está en la península de Santa Elena.

Aporte: Esta revista ayudó a la investigación, ya que dentro de esta se plantean puntos de vista del administrador de la empresa y con ello se conoció de mejor manera la situación del mercado para la exportación del aguacate.

Antecedente N° 9

(Sector export, 2020) en su sitio web de formas de entrada a mercados internacionales deduce que, como consecuencia del crecimiento comercial de toda empresa, llega un momento, donde aparecen las siguientes preguntas, ¿Debería exportar? ¿Cuáles son los costos de exportación? ¿qué opciones de expansión existen? ¿Cómo buscar clientes internacionales? La razón para internacionalizar una empresa puede ser muy diversas. Existen diferentes formas de entrada a mercados internacionales, enfoques y teorías que deberemos conocer lo mejor posible para poder afrontar cada etapa con éxito.

Aporte: Este sitio web ayudó a conocer a profundidad las diferentes formas de entradas a mercados internacionales y en base a esto poder determinar cuál resultaría la mejor forma de exportación para la empresa Mira Fruits a mercados internacionales.

Antecedente N° 10

En la publicación realizada por el (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020) con el tema del aguacate Hass proveniente de Carchi llega al mercado español obtiene como resultados que dentro de los cultivos no tradicionales, el aguacate Hass ha cobrado mayor relevancia en los últimos años con 42 mercados abiertos en todo el mundo, y una proyección estimada de entre 350 y 400 millones de dólares por exportación por cada 10.000 hectáreas de cultivo. El mercado español está abierto desde 2012

Aporte: Este sitio web permitió conocer aspectos relevantes de la exportación realizada, así como también opiniones de algunos expertos como el director de agro calidad en cuanto a producción de la empresa y poder conocer más a profundidad la situación de la misma y la capacidad que tiene en cuanto a cobertura para entrar a mercados internacionales.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1 Fundamentación conceptual

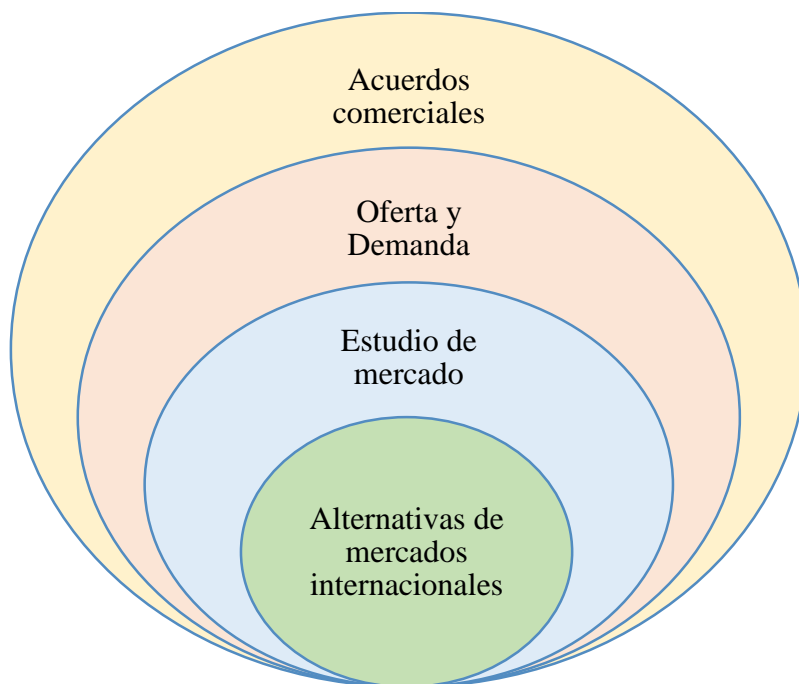


Figura 1. Variable Independiente: Alternativas de mercados Internacionales

Fuente: Elaboración propia

Alternativas de mercados internacionales

Las alternativas de mercados internacionales son las posibilidades de elegir entre algunas opciones la que cuente con más oportunidades de entrada, para ello es importante analizar ciertos puntos como países donde se importa mayormente el producto objeto de estudio, el país donde el arancel sea más bajo de acuerdo a los convenios comerciales que mantienen las dos partes y el análisis del CAE, para conocer si la relación económica ayuda a las partes.

Determinación de las alternativas de mercados internacionales

Para poder determinar la mejor alternativa del mercado internacional es importante conocer los principales competidores internacionales y de esta manera aplicar ciertas estrategias que permiten dirigir el producto, la mejor opción y la que se sujeta a las necesidades para la exportación de un producto.

Estudio de mercado

Un estudio de mercado se basa en el proceso por el cual se hace una indagación a través de información disponible en la web, donde se conoce aspectos relevantes de cierto país lo que permite entender las características económicas, políticas, sociales, etnográficas, culturales, demanda, necesidades, moneda incluso religión e idioma de ese país de estudio y sobre todo comprender el entorno comercial al que el producto de exportación se va a someter.

Ventajas de un estudio de mercado

- El uso de técnicas en el estudio de mercados permite tener un panorama más amplio y detallado de los movimientos de compradores y vendedores.
- Permite conocer y entender las principales características y el perfil del consumidor basándose en su segmentación demográfica.
- Ayuda a minimizar los riesgos en las decisiones estratégicas de una empresa.
- Ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea descubrir en el caso de vender o introducir un nuevo producto. (Camuñas, 2020)

Es importante que antes de ingresar a un mercado internacional se realice un estudio de mercado para conocer aspectos importantes del país y así analizar si esa opción es factible o no para el envío del producto.

Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que las empresas ofrecen dentro del mercado donde se pacta un determinado precio entre el comprador y vendedor, donde las dos partes se benefician ya que el comprador satisface sus necesidades y el vendedor obtiene ingresos económicos.

Factores que determinan la oferta

1. **El Precio del bien en cuestión:** la ley de la oferta establece que cuanto mayor sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofertada y viceversa, a menor precio menor es la cantidad ofertada.

2. **El precio de otros bienes sustitutos en la producción:** Un bien es sustitutivo en la producción cuando el productor puede producir uno u otro bien con los factores productivos que posee.
3. **Tecnología:** Dentro de la oferta la tecnología es un punto muy importante para poder disminuir los costos de producción y reducir tiempos de entrega.
4. **Expectativas empresariales:** Si consideran que van a poder vender más productos o que van a poder ganar más dinero, aumentarán su oferta.
5. **Cambio en el número de productores:** Si por algún motivo aumenta el número de productores en un mercado lógicamente la cantidad ofertada para cada precio va a ser mayor. (Argudo, 2019)

Demanda

Según (Enríquez, 2010) "La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido"(pág. 23) . Una vez determinadas las posibles alternativas de mercados internacionales y seleccionado el país más adecuado para la entrada, se realiza un estudio de mercado para conocer los posibles consumidores del producto y a través de ello poder satisfacer sus necesidades y este se sienta satisfecho con el mismo; así también creando fidelidad del cliente.

Acuerdos Comerciales

Los acuerdos comerciales son un importante instrumento para poder realizar negociaciones entre dos o más países ya que a través de estos acuerdos se puede dar preferencias arancelarias sean estas totales o parciales, lo que ayuda a generar mayor competitividad en el mercado internacional.

Según (Organización Mundial del Comercio , 2022) A lo largo de los años, los ACR no solo se han hecho más numerosos, sino también más amplios y complejos. Los Miembros y la Secretaría de la OMC se esfuerzan por reunir información y fomentar el debate sobre los ACR con el fin de aumentar la transparencia y mejorar la comprensión de la repercusión que tienen en el conjunto del sistema multilateral de comercio.

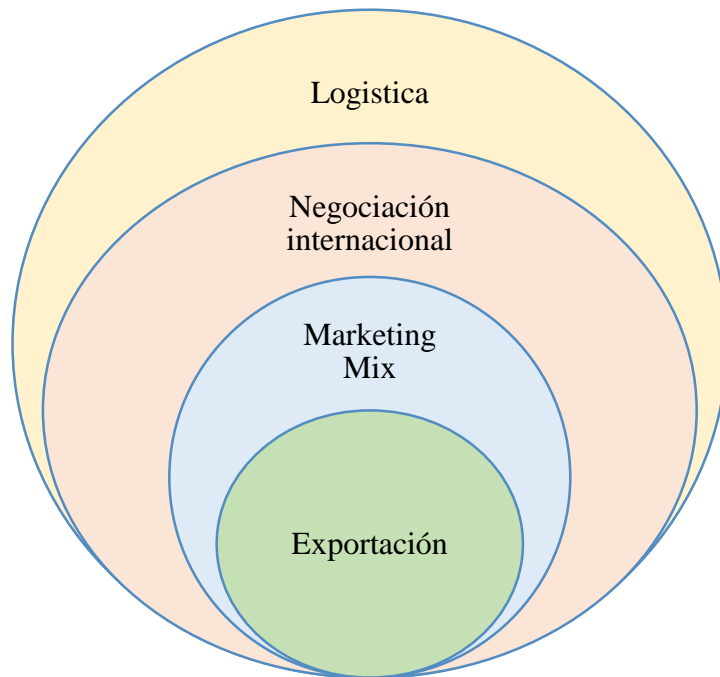


Figura 2. Variable dependiente: Exportación

Fuente: Elaboración propia

Exportación

La exportación es la venta de productos y servicios de un país a otro en el exterior, ya una parte no se encuentra en la capacidad suficiente de producir este bien o el servicio que importa y poder satisfacer sus necesidades. Es importante hacer estudios de mercado previos y determinar la mejor alternativa de exportación. (Mones, 2022)

Formas de exportar

- **Exportación directa:** es cuando el desarrollo del negocio es ejecutado por la empresa productora, reduciendo o eliminando por completo a intermediarios y asumiendo con todos los riesgos que conlleva el envío internacional.
- **Exportación indirecta:** es cuando la empresa opta por contratar a un intermediario, capacitador para los clientes, agente que realice el proceso de exportación etc. Este tipo de exportación es recomendable para aquellas que están empezando con sus actividades de

exportación y por lo tanto no cuentan con demasiada experiencia en realizar estos procesos.
(Diario del exportador , 2022)

Incoterms

Según (Impulsa Popular, 2019) en el mundo mercantil existen términos comerciales que facilitan el comercio internacional, ya que permite que cada país tenga la misma definición sobre las condiciones de entrega de las mercancías. Estas reglas fueron desarrolladas por la Cámara de Comercio Internacional, la cual vela por su cumplimiento; además, buscan evitar situaciones de confusión durante las operaciones comerciales internacionales y que, tanto el comprador como el vendedor, tengan la misma interpretación de los términos comerciales a la hora de pactar bajo un contrato de compraventa.

Clasificación de los INCOTERMS 2020

Tabla 1. Clasificación de Incoterms

Reglas para cualquier modo de transporte	EXW (En fábrica)
	FCA (Franco porteador)
	CPT (Transporte pagado hasta)
	CIP (Transporte y seguro pagado hasta)
	DAP (Entregado en lugar)
	DPU (Entregado en lugar descargado)
	DDP (Entregado derechos pagados)
Reglas para transporte marítimo	FAS (Franco al costado del buque)
	FOB (Franco a bordo)
	CIF (Costo, seguro y flete)
	CFR (Costo y flete)

Fuente: International Chamber of Commerce (ICC) (2020)

Marketing Mix

Producto

Según (Espinosa, 2014) “es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores”. El producto es la herramienta más importante con el que una

empresa compite en el mercado por lo que debe centrarse en satisfacer las necesidades que este lo requiera.

Precio

Según (Espinosa, 2014) “Antes de fijar los precios del producto se debe estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien determinará si se ha fijado correctamente el precio”. El precio es el pago que el cliente realiza por haber obtenido su producto y si este satisface la necesidad como se espera, se dice que el precio es justo de lo contrario la empresa no podrá retener la fidelidad del cliente.

Plaza

Según (Espinosa, 2014) “La plaza o distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta”. La distribución del producto es un punto importante en el marketing mix debido a que actualmente el cliente es más riguroso en cuanto al tiempo de llegada de su producto por lo que la empresa debe trabajar constantemente para poner el producto cuanto antes en la mano del consumidor.

Promoción

Según (Espinosa, 2014) “Gracias a la promoción, las empresas pueden dar a conocer sus productos, y pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo”. La promoción hoy en día se ha convertido en el éxito de hacer conocer un producto y la forma como se haga publicidad se llegará de forma más rápida al consumidor potencial.

Negociación Internacional

Son los tratados comerciales que un país mantiene con otro y a través de ello se establece tiempos de entrega, incoterms, formas de pago, forma de entrada, etc,

Es un proceso en que intervienen dos o más países que establecen una relación comercial ya que cada parte tiene intereses que a través de la negociación podrá satisfacerlos, pues la negociación será efectiva si las partes involucradas obtienen beneficios mutuos. Dentro del comercio internacional la negociación, es más compleja en comparación a una negociación

local ya que las estrategias deberán ser más complejas y requiere de más elementos (Erráez, 2015, pág. 6).

Logística

Es el conjunto de medios necesarios para llevar a cabo un fin determinado de un proceso el cual requiere de planificación, organización y control para llevar un determinado producto o servicio de un lugar a otro.

La cadena logística conlleva un gran proceso, desde un lugar en el país de origen hasta otro punto en el país de destino con la finalidad de trasladar una mercancía; en este proceso intervienen algunos operadores logísticos que prestan sus servicios logísticos al importador o exportador y de esta manera el producto llegue en el tiempo correcto y el lugar adecuado (Thompson I. , 2007)

Modos de transporte

Los modos de transporte pueden ser de carácter aéreo, marítimo, terrestre, ferroviario, entre otros. Los medios, por su parte, se refieren a los vehículos necesarios para el transporte según el modo escogido (avión, barco, camión y ferrocarril). También, existe otra alternativa de transporte conocida como 'Multimodal', la cual implica el uso de por lo menos dos modos de transporte diferentes. (Diario del exportador , 2017)

Transporte terrestre. El transporte terrestre es el más utilizado para distancias cortas. Sobre todo, en aquellas infraestructuras bien adaptadas para el transporte por carretera, la existencia de una amplia red de carreteras permite que la recogida de la mercancía y la entrega a destino sea efectiva.

En este sector también se incluye el tráfico de mercancías por vía férrea, que es más barato que por carretera. La principal ventaja del transporte terrestre es que permite enviar cualquier tipo de mercancía por el balance entre precio y conservación. Se incluyen los alimentos perecederos. Cabe destacar que no es la vía más barata, pero en cantidades moderadas es asumible por las empresas de transporte de mercancías. (Gómez, 2018)

Transporte marítimo. El transporte marítimo hoy en día es la opción más utilizada para el transporte internacional de mercancías. “Generalmente, en el transporte marítimo se mueven mercancías secas, no perecederas y que no impliquen un consumo urgente. Con mucha diferencia a las demás alternativas, es la forma más económica” (Gómez, 2018).

Transporte aéreo. El transporte aéreo es utilizado en el transporte de mercancías perecibles y donde se requiere cortos tiempos de entrega; sin embargo “El transporte aéreo es el más costoso de otras alternativas. Aun así, es una buena alternativa para el envío de mensajería urgente, artículos de lujo o productos sanitarios y farmacéuticos” (Gómez, 2018).

2.2.2. Fundamentación teóricas

2.2.2.1 Teorías del Comercio Internacional

Dentro del Comercio Internacional con el pasar de los años se han planteado algunas teorías donde cada una resalta sus ventajas y lo que los países deben hacer para obtener ventajas en comparación con otros países que se convierte en la competencia, dentro del tema planteado en la búsqueda de alternativas de mercados internacionales se relacionan algunas teorías de Comercio Internacional que ayudan a comprender mejor que tan competitiva puede ser una empresa.

Teoría de la ventaja competitiva de Michel Porter

De acuerdo con (Quintana, 2020) “La ventaja competitiva es aquel atributo que le permite a una empresa ubicarse por encima de sus competidores, siendo aquel factor determinante que los consumidores tienen en cuenta al momento de elegir una de las opciones disponibles en el mercado”.

Relación: Esta ventaja permitió establecer estrategias de liderazgo en costos, ofreciendo un bien de menor precio, además presentar un producto diferenciado de la competencia y aplicar la estrategia de enfoque, lo que hará posible incrementar una rentabilidad superior a comparación de la competencia. Las estrategias podrán aplicarse directamente sobre el producto, los costos, la tecnología el personal, la maquinaria entre otros.

Teoría de ventaja comparativa de David Ricardo

Fue David Ricardo quien, unos cuarenta años después de la publicación del libro de Smith, aportó un enfoque más elaborado que apuntaba a demostrar, mediante la noción de beneficio mutuo, de acuerdo con la visión de Ricardo; aún en el caso de contar con ventajas absolutas en todos los bienes, sería conveniente especializarse en aquellos en los que se es relativamente más eficiente e importar los restantes. Del mismo modo, también podría abrazar la especialización y ser exportador de algunos bienes, un país con generalizadas desventajas absolutas (Lugones, 2008).

Relación: Esta teoría se enfocó en que la empresa Mira Fruits debería especializarse en aquel producto que le es más fácil producir, en este caso la empresa también produce otras frutas como pitahaya amarilla, pitahaya roja, mango, granadilla, lima, limón, papaya, chirimoya; pero su producto estrella es el aguacate tipo Hass siendo este producto en el que mayormente se ha especializado, creando así una ventaja comparativa y por lo tanto se ve la necesidad de abrir mercados internacionales para la exportación de este producto como es el “oro verde”.

Nueva Teoría de Comercio Internacional de Paúl Krugman

Esta teoría establece que un país exportará los productos para los cuales tiene recursos naturales en abundancia o si tiene abundancia de un factor de producción como el capital, exportaría productos intensivos en este factor de producción (Aguirre, 2014)

Relación: Esta teoría hizo relación a que entre mayor sea el nivel de producción de la empresa Mira Fruits, los costos de producción finales se disminuirán.

Además, esta teoría recomienda que la empresa aproveche los factores de producción que posee, donde gracias a la ubicación en la que se encuentra posee una variedad de micro climas, con un eficaz talento humano, capital y tecnología.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Según (Solís, 2019) cuando se habla de enfoque de investigación, se refiere a la naturaleza del estudio, la cual se clasifica como cuantitativa, cualitativa o mixta; y abarca el proceso investigativo en todas sus etapas: desde la definición del tema y el planteamiento del problema de investigación, hasta el desarrollo de la perspectiva teórica, la definición de la estrategia metodológica, y la recolección, análisis e interpretación de los datos.

3.1.1. Enfoque cualitativo

“Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 7).

El enfoque cualitativo, por su parte, busca describir, comprender e interpretar los fenómenos. Dentro de la investigación se utilizó un enfoque cualitativo ya que se manejó cierta información sin datos estadísticos como procesos de producción del producto, canales de distribución, modos de transporte, descripción de la empresa para poder determinar el estudio técnico etc., además se hizo estudios mediante técnicas como la observación.

3.1.2. Enfoque cuantitativo

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 4).

El enfoque cuantitativo permitió trabajar con información que se sustentó con datos estadísticos como cifras de importaciones de los países que más consumen aguacate y datos de exportación de países que producen el producto e interpretar datos relacionados con las variables que se estudiaron, principalmente de la oferta exportable de la empresa Mira Fruits y calcular la demanda que el mercado meta va a adquirir; así como también a través del estudio económico financiero conocer la inversión inicial, costos, gastos y con ello si el proyecto es o no factible.

3.1.3. Tipos de Investigación

El presente trabajo de investigación tuvo cuatro tipos de investigación:

3.1.3.1 Descriptiva. “El objetivo de este tipo de investigación es establecer una descripción lo más completa posible de un fenómeno, sin buscar ni causas ni consecuencias. Mide las características y observa la configuración, procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos” (Castillero, s.f.), mediante este tipo de investigación se hizo una descripción de la empresa de la cual se hizo el estudio, sus procesos de producción, comercialización internacional, tendencias de consumo, características de las alternativas de mercados internacionales mediante factores económicos, sociales y políticos, además se conoció el entorno del mercado internacional y así estableció una descripción más completa del tema de estudio.

3.1.3.2 De campo

Según (Castiller, s.f.) “es el proceso de recolección de datos nuevos utilizando fuentes primarias, esta investigación es de gran utilidad para obtener información cualitativa a través de la observación, comprensión e interacción del investigador con las personas en su entorno natural”.

Con este tipo de investigación se logró obtener información primaria cómo en el caso de la entrevista realizada a un miembro la empresa que en este caso fue el gerente general y de esta manera se conoció más a detalle la situación actual de la misma, llevando la investigación al lugar propio donde se desarrolló el fenómeno y poder sacar conclusiones.

Además, con la entrevista se conoció puntos de vista de expertos en el tema de exportación, requisitos y exigencias en mercados internacionales y a empresa en país de destino.

3.1.3.3 Documental

“Este tipo de investigación suele asociarse con la investigación histórica, por lo que los investigadores pierden confianza por su falta de claridad. Sin embargo, la historia da sentido al pasado y al presente” (Castillero, s.f.). La investigación documental es una técnica de investigación

cuantitativa que se encargó de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, sitios web, artículos científicos, tesis, etc.

3.2. IDEA A DEFENDER

La determinación de la adecuada alternativa de mercados internacionales permitirá la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la Provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2. Operalización de Variable Independiente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante	
Variable independiente: Alternativas de mercados internacionales		Factores Políticos	¿Cuál es la situación política de cada país de estudio?	Análisis documental.	Ficha bibliográfica	Trade map, The Global Economy, Datosmacro, Santander Trade, SICE	
		Factores Económico	¿Cuál es la situación económica de cada país de estudio?				
	Definición operacional: Son las posibilidades de elegir entre algunas opciones la que más se acercan a las necesidades, es decir que la empresa exportadora analiza aspectos selecciona la mejor opción.	Entorno	Factores sociales	¿Cuál es la realidad social de cada país de estudio?			
			Factores Legales	¿Cuáles son las condiciones legales para vender aguacate Hass en los países de estudio?			
		Demanda Internacional	¿Cuáles son los países que importan aguacate Hass?	Análisis documental	Ficha bibliográfica	Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, Cobus Group, Banco Mundial	

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
	Mercado	Oferta Internacional	¿Cuáles son los países que exportan aguacate Hass?			
		Producción nacional	¿Cuál es la demanda insatisfecha?			
	Productos sustitutos	¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado?	Análisis documental	Ficha bibliográfica	Trade Organization del Comercio	Map, Mundial
Producto	Restricciones internacional es	¿Cuáles son las medidas arancelarias y no arancelarias del aguacate?				
	Estrategias de comercialización	¿Cuáles son las estrategias de comercialización de aguacate Hass?				

Variable	Dimensi ones	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrume nto	Informante
	Precio	Precio	de ¿Cuál es el costo de producción de aguacate Hass?	Entrevista	Guía de preguntas	Empresa "Mira Fruits"

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Operalización de Variable Dependiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
Variable dependiente: Exportación			¿En qué año empezó la producción de aguacate Hass empresa Mira Fruits?			
			¿Cuántas personas trabajan en la empresa?			
			¿Cuál es el proceso de producción del aguacate Hass?			
Definición operacional: Es el intercambio de bienes o servicios a un país extranjero que no cuenta con ese bien o servicio o que le sea difícil producirlo, cumpliendo con la cadena de suministro adecuada.			¿Cada cuánto tiempo se cosecha el aguacate Hass?			
			¿Cuáles son los costos de producción por cada kilogramo de aguacate?			
			¿Cuántas hectáreas de producción posee la empresa?			
			¿Qué cantidad de aguacate Hass se produce por cada hectárea?			
			¿Cuál fue la cantidad de producción en toneladas de los últimos cinco años?			
			¿Realiza procesos de exportación del producto?			
			¿Cuáles son los destinos de exportación del producto?			

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
			<p>¿Qué porcentaje de la producción total es destinada al mercado nacional e internacional?</p> <p>¿Cuáles son las barreras no arancelarias que deben cumplir para la exportación del producto?</p> <p>¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación para la exportación de aguacate Hass?</p> <p>¿Qué infraestructura necesita para tener una producción de aguacate y cumplir con el empaquetado del producto?</p> <p>¿Cuál es el precio del kilogramo de aguacate Hass, para consumo nacional?</p> <p>¿Cuál es el precio con el que se comercializa el producto en el mercado internacional?</p>			
		Estudio técnico	¿Cuál es el canal de distribución que utiliza la empresa Mira Fuits?	Entrevista estructurada	Guía de preguntas	Empresa Mira Fruits

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
			¿Cuál es la Logística Internacional que realiza la empresa Mira Fruits?	Observación simple	Cuaderno de notas	Empresa Mira Fruits
		Estudio financiero	¿Cuál es la factibilidad del estudio financiero en la exportación de aguacate Hass?	Entrevista	Guía de preguntas	Empresa Mira Fruits

Fuente: Elaboración propia

3.4. MÉTODOS A UTILIZAR

Los métodos utilizados sirvieron para analizar los datos de la empresa objeto de estudio, la población y muestra del país destino, así como también de la empresa. Además, incluyó técnicas e instrumentos como entrevistas, encuestas, fichas bibliográficas etc.

3.4.1 Método deductivo:

“El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa que se asumen como verdaderas, es decir que se está usando la lógica para obtener un resultado, en base en un conjunto de afirmaciones dadas por ciertas” (Westreicher, 2020). A través del método deductivo se pudo ir de lo general a lo particular, es decir de algunas alternativas de mercados internacionales a poder elegir el mercado más idóneo después de haber analizado factores políticos, económicos y sociales y haber valorado estos factores en la matriz POAM.

3.4.2 Método inductivo:

El método inductivo es aquel procedimiento de investigación que pone en práctica el pensamiento o razonamiento inductivo. Este último se caracteriza por ser ampliativo, o sea, generalizador, ya que parte de premisas cuya verdad apoya la conclusión, pero no la garantiza. Esto suele expresarse en términos de probabilidades, tendencias o posibilidades, ya que no es posible afirmar nada de manera rotunda, ya que existe más información vital que la contenida en las premisas (Raffino, 2020).

Este método ayudó a estudiar las tendencias actuales en el país de destino para el consumo del aguacate Hass y de esta manera de la información particular poder llegar a otra general. Este método permite basarse en la observación a través de un registro para poder validar la información y que mediante el análisis permitió llegar a una conclusión y ayudó a generar un nuevo conocimiento. Este método está asociado con la información cualitativa.

3.4.3 Técnica e instrumentos de la investigación

A continuación, se presentaron las técnicas y sus respectivos instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos, con la finalidad de sustentar de mejor manera el tema de investigación

Tabla 4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Datos	Técnicas	Características	Instrumento
Cuantitativos	Entrevista estructurada	La entrevista se aplicó al ingeniero Andrés Reina en calidad de gerente general de la empresa “Mira Fruits” con la finalidad de obtener información de fuente primaria y con ello conocer información relevante que se requirió para la ejecución de la investigación. Además, se aplicó entrevistas a expertos en el tema de exportación que proporcionaron información sobre competidores, las características que el producto debe cumplir, requisitos y exigencias que los productores deben cumplir para la exportación del aguacate, estrategias de entradas a mercados internacionales, etc También se realizó entrevista a una empresa en país de destino.	Guía de preguntas
	Análisis documental	Se realizó la revisión de documentos o archivos ya sean físicos o electrónicos para conocer datos cuantitativos de la empresa Mira Fruits	Cuadernos de notas
Cualitativos	Observación simple no regulada	Con este método se pudo conocer de manera más real y directa el objeto de estudio, lo cual permitió que la investigación sea más verídica y precisa ya que ayudó a tener un panorama más amplio y completo, ya que se asistió a la empresa Mira Fruits para conocer más a fondo su realidad.	cuadernos de notas
	Datos secundarios	Se utilizaron fuentes secundarias como libros, tesis, artículos científicos, páginas web, entre otros y de esta manera enriquecer la investigación.	Fichas técnicas

Fuente: Elaboración propia

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1 Población y muestra de la empresa

Para obtener información primaria para el desarrollo de la presente investigación se realizó una entrevista dirigida al gerente general de la empresa Mira Fruits y por otro lado se tomó como población objeto de estudio a expertos de instituciones de la provincia del Carchi, como es Pro Ecuador y Agro calidad. A continuación, se presenta información más detallada de los expertos.

Tabla 5. Grupo de expertos

ENTIDAD	NOMBRE	CORREO	TELÉFONO
Empresa Mira Fruits	Ing. Andrés Reina Gerente General	export@mirafruits.com	09 985 440 005
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR)	Ing. Oscar Ruano Especialista sectorial zona 1	oruanoo@proecuador.gob.ec	0987660537
Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad)	Ing. Xavier Aguirre Analista de sanidad vegetal	xavieraguirre@agrocalidad.gob.ec	062 983 987

Fuente: Mira Fruits (2022), PRO ECUADOR (2022), Agro calidad (2022)

3.5.2 Población y muestra del país de destino

Según (León, 2016) “La población está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. La población tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada”.

Según (León, 2016) “ La muestra es una parte de la población, puede ser definida como un subgrupo de la población o universo. Para seleccionar la muestra, primero deben delimitarse las características de la población”.

En cuanto a la población de California- Estados Unidos, que se consideró como el mercado meta, es de aproximadamente 21 733 312 habitantes en el año 2021.

Dentro de la muestra de país de destino y principalmente en el estado de California se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde se selecciona el individuo por la facilidad de accesibilidad. La empresa que se tomó como muestra y que sería un posible cliente es Del Rey Avocado Company, en California. Esta es una empresa mayorista dedicada al cultivo, empaque y envío de aguacates de diferentes variedades con más de 40 años de experiencia e importa aguacates de otros países como México, Colombia, Perú y Chile para poder abastecer a la población.

3.6 IDENTIFICACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE MERCADOS INTERNACIONALES

A través de la información recolectada con datos secundarios se identificaron las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits. Estas alternativas se analizaron a través de factores políticos, económicos y sociales con la finalidad de decidir qué alternativa es la mejor para la exportación.

Posición Arancelaria

Para el estudio de alternativas de mercados internacionales es importante identificar el producto mediante el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Tabla 6. Clasificación Arancelaria aguacate Hass

Arancel	Detalle
Sección II	Productos del reino vegetal
Capítulo	08 Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida arancelaria	08.04 Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
Sub partida arancelaria	08.04.40 Aguacates (paltas)
Sistema Armonizado Ecuador	08.04.40.00 Aguacates (paltas)

Fuente: Arancel Ecuador (2021)

Datos Estadísticos

Análisis de las alternativas de mercados internacionales

Lista de los países importadores de Aguacate a nivel mundial, nivel expresado en porcentaje de arancel.

Tabla 7. Top 10 de los países importadores a nivel mundial de la subpartida 0804.40.00, valor expresado en porcentaje de arancel

N.	PAÍS	ARANCEL
1	Francia	4,00
2	Países Bajos	0,00
3	Costa de Marfil	20,00
4	Albania	10,00
5	Estados Unidos	5,00
6	China	25,00
7	Filipinas	15,00
8	Israel	8,00
9	Costa Rica	14,00
10	India	30,00

Fuente: Integrated trade intelligence portal WTO (2021)

En la presente tabla se analizó el top 10 de los países que más importan aguacate de acuerdo a la respectiva sub partida arancelaria 0804.40.00, donde según los datos de la fuente Integrated Trade Intelligence portal, donde muestran que 3 de los 10 países que más importan el producto son los que presentan un arancel más bajo, siendo Francia con un 4%, Países Bajos con un 0% y Estados Unidos con 5% de arancel, siendo un factor importante y favorable para la determinación de la entrada del producto de Mira Fruits.

Lista de los países importadores a nivel mundial, valor expresado en porcentaje de coeficiente de apertura comercial

Tabla 8: Top 10 de los países importadores a nivel mundial de la subpartida arancelaria 0804.40.00, valor expresado en porcentaje de coeficiente de apertura comercial

N°	PAÍSES	X	M	PIB	CAE%
1	Francia	273485000	167610000	98808010000	0,45%
2	Países Bajos	565615000	124359000	98808010000	0,70%
3	Costa de Marfil	23285000	3281000	98808010000	0,03%
4	Albania	18868000	160000	98808010000	0,02%
5	Estados Unidos	4786401000	3977717000	98808010000	8,87%
6	China	3193705000	3947269000	98808010000	7,23%
7	Filipinas	19029000	12350000	98808010000	0,03%
8	Israel	6729000	24781000	98808010000	0,03%
9	Costa Rica	42338000	34724000	98808010000	0,08%
10	India	162943000	261913000	98808010000	0,43%

Fuente: Trade Map (2021)

Dentro de la tabla presentada de coeficiente de apertura económica (CAE), se arrojaron datos donde se muestra que Estados Unidos a comparación de los otros nueve países, es el que más aporta dinamismo económico al Ecuador con un 8,87% siendo favorable para tomar en cuenta a este país en la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits. Estados Unidos es el principal socio comercial de Ecuador pues desde hace 35 años han mantenido relaciones comerciales es así que cada año se exportan alrededor del 36% y se importa un total del 26%.

El segundo país que más aporta economía al territorio nacional es China con un 7,23% de coeficiente de apertura comercial por lo que es un importante socio comercial, desde los años de 1980 han establecido relaciones diplomáticas mejorando cada vez la cooperación económica y aumentando los intercambios comerciales.

El tercer país seleccionado es Países Bajos con una apertura económica comercial del 0,70% situándose entre los primeros diez socios comerciales de Ecuador y poco a poco los intercambios han ido en aumento.

Tabla 9: Ranking de países que más importan aguacate Hass

Nº	PAÍSES	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA
1	Estados Unidos	1.992.886	2.727.914	2.448.390	2.863.791	2.540.264	12.573.245
2	Países Bajos	479.047	552.680	540.220	817.596	1.028.335	3.417.878
3	Francia	378.742	447.843	408.709	521.341	518.846	2.275.481
4	España	200.615	252.413	281.138	341.286	389.303	1.464.755
5	Alemania	206.613	275.557	320.473	348.635	384.262	1.535.540
6	Reino Unido	242.375	282.426	267.404	342.470	348.388	1.483.063
7	Canadá	174.284	224.030	223.286	237.830	234.665	1.094.095
8	Japón	211.545	205.195	218.121	239.702	224.130	1.098.693
9	Rusia	20.907	36.253	59.010	91.172	121.845	329.187
10	Bélgica	70.934	82.400	78.110	97.159	113.764	442.367

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla 9 se muestra un ranking de los 10 países que más importan aguacate Hass, siendo los tres principales Estados Unidos con un valor USD de 12.573.245 desde el año 2016 hasta el año 2020, en segundo lugar, está Países Bajos con una suma total de 3.417.878 y en tercer lugar Francia con 2.275.481 lo cual es importante poder determinar las alternativas de mercados internacionales.

Tabla 10: Arancel, Coeficiente de apertura económica y valor importado de los países

RANKING	ARANCEL		CAE		PAÍSES IMPORTADORES	
	PAÍSES	% ARANCEL	PAÍSES	% CAE	PAÍSES	VALOR USD
1	Francia	4	Francia	0,45%	Estados Unidos	12.573.245
2	Países Bajos	0	Países Bajos	0,70%	Países Bajos	3.417.878
3	Costa de Marfil	20	Costa de Marfil	0,03%	Francia	2.275.481
4	Albania	10	Albania	0,02%	España	1.464.755
5	Estados Unidos	5	Estados Unidos	8,87%	Alemania	1.535.540

6	China	25	China	7,23%	Reino Unido	1.483.063
7	Filipinas	15	Filipinas	0,03%	Canadá	1.094.095
8	Israel	8	Israel	0,03%	Japón	1.098.693
9	Costa Rica	14	Costa Rica	0,08%	Rusia	329.187
10	India	30	India	0,43%	Bélgica	442.367

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla 10 se mostraron datos del ranking de los 10 países haciendo la respectiva comparación de arancel, coeficiente de apertura económica y el ranking de los países que más importan aguacate Hass, donde los tres países que más coinciden en la comparación de estos tres aspectos fueron los seleccionados como alternativas de mercados internacionales para exportación del producto. En el caso del arancel los países que tiene un menor arancel a comparación de los demás fueron Francia, Países Bajos y Estados Unidos con porcentajes de 4%, 0% y 5% respectivamente.

En el CAE, los tres países con valores más altos son Países Bajos, Estados Unidos y China y dentro del ranking de los países que más importan aguacate se encuentra Estados Unidos, Países Bajos y Francia, por lo que se deduce que los tres países que más coinciden en los tres aspectos analizados son Estados Unidos, Países Bajos y Francia, los cuáles se consideraron como alternativas de mercados internacionales para exportación, y con el análisis de aspectos políticos, económicos y sociales se logró conocer cuál es el país más conveniente para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits.

Tabla 11: Ranking mundial de importaciones de aguacate Hass

PAÍSES	ARANCEL	CAE	RANKING MUNDIAL IMPORTACIONES
Estados Unidos	5%	8,87%	1
Países Bajos	0%	0,70%	2
Francia	4%	0,45%	3

Fuente: Trade Map (2021)

Dentro de la tabla se muestran los tres países seleccionados como alternativas de mercados para la exportación de aguacate Hass de Mira Fruits, con su respectivo arancel, Coeficiente de Apertura

Económica y el ranking que ocupa mundialmente en importaciones del producto, los cuales fueron aspectos importantes para la determinación del mercado más idóneo para la exportación.

3.6.1 Diagnóstico de las Alternativas de Mercados

Después de haber analizado el arancel, coeficiente de apertura económica y valor total importados durante el periodo 2016 al 2020 del ranking de los 10 países, se procedió a seleccionar 3 países como alternativas de mercados para la exportación de aguacate Hass, los cuales son Estados Unidos, Países Bajos y Francia de los que se realizó un estudio de factores políticos, económicos y sociales de los países y así a través de una matriz POAM se pudo determinar el país más idóneo para la exportación. A continuación, se presentan los siguientes indicadores:

3.6.1.1 Indicadores sociales

Dentro de los indicadores sociales se realizó un estudio demográfico de las 3 alternativas de mercados y así se pudo conocer la distribución por edad, la población económicamente activa y la tasa de desempleo, ya que fueron aspectos importantes para determinar la mejor alternativa de exportación.

Tabla 12: Distribución por edad

Distribución por edad	Estados Unidos	Países Bajos	Francia
14 años	18,46%	16,11%	18,36%
15- 24 años	12,91%	11,91%	11,88%
25- 54 años	38, 92%	38,47%	36,83%
55- 64 años	12, 86%	13,69%	12,47%
65 años y más	16,85%	19,82%	20,46%
Población masculina (en %)	49,2%	49,6%	48,7%
Población femenina (en %)	50,5%	50,4%	51,6%
Población económicamente Activa PEA	10 414 000	391 000	2 408 000
Tasa de desempleo	6,5% (2021)	4,0% (2021)	7,9% (2021)

Fuente: INDEXMUNDI (2021), Santander Trade (2021) y Banco Mundial (2021)

Dentro de la tabla de distribución por edad se realizó una segmentación, donde es el rango de personas que poseen de 25 a 55 años el porcentaje demográfico más alto, además es necesario mencionar que este es el segmento en el se encuentra la población económicamente activa, siendo Estados Unidos el país que más PEA posee a comparación de Países Bajos y Francia.

Además, dentro de la tasa de desempleo los datos mostraron que Países Bajos presenta el más bajo porcentaje con un 4,0% a diferencia de Estados Unidos y Francia, la tasa de desempleo a nivel mundial por COVID- 19 en 2020 aumentó drásticamente afectando la economía de los países; sin embargo se ha ido adoptando medidas que permitan salir de esta crisis y la tasa de desempleo disminuya.

Tabla 13: Población total

Población Total	Estados Unidos Millones	Países Bajos Millones	Francia Millones
2016	323,1	17,0	66,8
2017	325,1	17,1	67,1
2018	327,2	17,2	67,4
2019	330,3	17,2	67,6
2020	332,6	17,3	67,8
2021	335,0	17,3	68,1
Total	1973,2	103,1	404,9
Tasa de crecimiento	0,70%	0,37%	0,33%

Fuente: INDEXMUNDI (2021), Santander Trade (2021) y Banco Mundial (2021)

De acuerdo a los datos presentados, del total de población desde el año 2016 hasta el 2020 Estados Unidos fue el país que más población posee con un total de 1973,2 millones por lo que al existir mayor cantidad de personas las posibilidades de acogida del producto en este caso aguacate hass son más altas.

Francia es el segundo país con mayor número de población total con 404,9 millones de personas y por último Países Bajos que posee un total de 103,1 millones de personas siendo el más bajo en población a comparación de los otros dos países. Por lo que para ingresar un producto a mercados

internacionales, la población total es un factor importante ya que dependerá de está las posibilidades de ingreso al mercado.

Tabla 14: Perfil de consumidor EE.UU

Perfil del consumidor	ESTADOS UNIDOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	13489783	13245220	13535240	13023386	13046115
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	7,1%	2,9%	2,2%	-3,8%	-6,3%
Gastos de consumo de hogares per cápita (USD)	41424	40525	41225	39527	39428
SMI- Salario Mínimo Interprofesional	1347,13	1183,96	1240,12	1263,96	1157,18

Fuente: INDEXMUNDI (2021), Santander Trade (2021) y Banco Mundial (2021)

Según la tabla 14 presentada de perfil de consumidor de Estados Unidos dentro del valor de gastos de consumo de los hogares se evidenció un decrecimiento, siendo el 2020 el año más afectado con un valor de -3,8% debido a la crisis que ocasionó la pandemia por el COVID- 19 y los gastos en cuanto a bienes y sericios de los hogares obviamnete se redujo drásticamente; sin embargo en el 2021 este valor poco a poco fue en aumento. En cuanto al salario interprofesional ha existido una variación notable, siendo el año 2021 donde más a decrecido su valor.

Tabla 15: Perfil de consumidor Países Bajos

Perfil del consumidor	PAÍSES BAJOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,63	0,63	0,62	0,62	0,61

Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	810297	752015	759422	668296	642859
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	10,6%	1,7%	1,0%	-12,0%	-16,8%
Gastos de consumo de hogares per cápita (USD)	17387	16069	16112	14113	13475
SMI- Salario Mínimo Interprofesional	1753,23	1783,06	1825,77	1868,49	1903,74

Fuente: INDEXMUNDI (2021), Santander Trade (2021) y Banco Mundial (2021)

El perfil de consumidor de Países Bajos muestra que en cuanto a gastos de consumo de hogares es notable un decrecimiento radical, siendo el año 2021 donde más se puede evidenciar esta baja con un valor de -16,8% por lo que Países Bajos es un país no favorable para el ingreso el producto de Mira Fruits debido a que en los últimos años su economía presenta una tendencia negativa en cuanto al indicador de gasto de consumo en los hogares. En cuanto al salario interprofesional se ha incrementado a 1903 dolares por la emergencia sanitaria.

Tabla 16: Perfil del consumidor Francia

Perfil del consumidor	FRANCIA				
	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,76	0,76	0,75	0,76	0,74
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	1432216	1374414	1398723	1299866	1283120
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	6,7%	1,0%	1,8%	-7,1%	-9,5%
Gastos de consumo de hogares per cápita (USD)	21384	20482	20799	19288	18996
SMI- Salario Mínimo Interprofesional	1672,66	1693,23	1718,88	1739,45	1756,62

Fuente: INDEXMUNDI (2021), Santander Trade (2021) y Banco Mundial (2021)

Dentro del perfil del consumidor de Francia se pudo observar que el gasto de consumo de los hogares ha ido decreciendo, es así que en 2021 tuvo un valor de -9,5%, como ya se mencionó anteriormente la causa principal de esta disminución ha sido el problema sanitario del COVID- 19, lo cual afectó en gran medida este indicador de perfil del consumidor. Además dentro del salario interprofesional hay una variación que poco a poco va aumentando llegando en el 2021 a \$1756 dólares.

En cuanto al poder adquisitivo de Estados Unidos, Países Bajos y Francia se evidenció que sigue siendo el dólar estadounidense la principal moneda internacional y dominante en comparación con el euro que es la moneda de los otros dos países, el dólar al ser una moneda fuerte es más considerable para hacer una negociación internacional y por tanto prevalece en la intermediación financiera global.

Tabla 17: Empleo por sector país

Repartición de la actividad económica por sector	Empleo por sector (en % del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos	1,4%	19,9%	78,7%
Países Bajos	1,6%	17,9%	70,2%
Francia	2,5%	20,4%	77,0%

Fuente: Santander Trade (2021)

Según los datos obtenidos de empleo por sector se muestra que en cuanto a agricultura, Francia es el país con mayor porcentaje de 2,5% pues es la mayor potencia agrícola de la U.E; dentro de la industria es también Francia el país que posee un porcentaje alto de 20,4% seguido de Estados Unidos y Países Bajos pues la industria manufacturera de Francia es muy diversificada. En cuanto a los servicios o sector terciario, el país que lidera su porcentaje es Estados Unidos con un 78,7% del empleo total de la población en la actividad económica, lo que representa una oportunidad para la exportación de aguacate Hass por medio de la implementación de una franquicia como una estrategia de exportación y así poder obtener un reconocimiento de la marca, seguido de Francia que emplea alrededor del 77% y Países Bajos con un 70% de empleo en el sector de servicios.



3.6.1.2 Indicadores políticos

A continuación se presentan tablas con datos de indicadores políticos como acuerdos comerciales, balanzas comerciales de las alternativas de mercados, estabilidad política, estabilidad del sistema bancario, barreras arancelarias y no arancelarias lo que aportó en la determinación del país más idóneo para la exportación de aguacate tipo Hass

3.6.1.2.1 Acuerdos comerciales

Dentro del comercio internacional, es importante que los países mantengan acuerdos bilaterales y multilaterales, ya que de esta manera se otorgará cierta preferencia total o parcial al país que pretende abrir un mercado y de esta manera se benefician las dos partes.

Tabla 18: Acuerdos comerciales

	Estados Unidos	Países Bajos	Francia
País			
Acuerdos comerciales vigentes	Acuerdos multilaterales miembros OMC (Arancel NMF Nación más favorecida)	Acuerdos multilaterales miembros OMC (Arancel NMF Nación más favorecida)	Acuerdos multilaterales miembros OMC (Arancel NMF Nación más favorecida)

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2021)

Dentro de los acuerdos comerciales que Ecuador mantiene con las alternativas de mercados internacionales, los tres países acogen la Nación Más Favorecida (NMF) de los miembros de la OMC, donde los países no podrán hacer discriminaciones comerciales y si se aplica una reducción arancelaria total o parcial a un país, se deberá hacer lo mismo con los demás miembros de la OMC. Para el caso del aguacate tipo Hass el producto ingresa a Países Bajos con un arancel del 0% el cual es mucho menor a comparación de Estados Unidos y Francia que es del 4% y 5% respectivamente.

3.6.1.2.2 Balanza Comercial

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones que lleva a cabo un país en un periodo determinado, donde por medio de la similitud de estas transacciones se podrá determinar si la nación en cuestión está en una situación de déficit, cuando las importaciones superan a las exportaciones; o de superávit, cuando las exportaciones son mayores que las importaciones, indicando cuán alejado está el comercio de bienes de importaciones y exportaciones. (Mankiw, 2014)

Para comprender de mejor manera la balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos durante el periodo 2016- 2020 se presenta a continuación una tabla, donde se obtiene datos con saldos positivos logrado obtener un superavit, lo que significa que las exportaciones superan las compras que realiza el país. Dentro de la tasa de crecimiento se registró un decrecimiento del -0,68% en importaciones y de -2,51% en exportaciones, con estos datos se demuestra que puede afectar en la competencia de productos ecuatorianos ante el mercado internacional.

Tabla 19: Balanza comercial Ecuador y Estados Unidos

Balanza comercial Ecuador y Estados Unidos en miles USD						
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento
Importaciones	4.116.538,00	3.959.825,00	5.008.223,00	4.637.379,00	3.977.717,00	-0,68%
Exportaciones	5.436.083,00	5.968.418,00	6.631.276,00	6.732.893,00	4.786.401,00	-2,51%
Balanza comercial	1.319.545,00	2.008.593,00	1.623.053,00	2.095.514,00	808.684,00	

Fuente: Trade Map (2021)

La tabla muestra datos de importaciones y exportaciones totales desde el año 2016 hasta el 2020, donde las importaciones presentan un decrecimiento del -0,68%, siendo el 2020 el año que más disminución presenta, esto debido a la emergencia sanitaria por COVID-19 y las importaciones se redujeron drásticamente por la situación económica del país y del mundo entero, en cuanto a las exportaciones también se evidencia una tasa de crecimiento negativa; sin embargo a pesar de estos porcentajes negativos la balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos presenta un superavit donde las exportaciones superan a las importaciones representando un valor positivo para Ecuador.

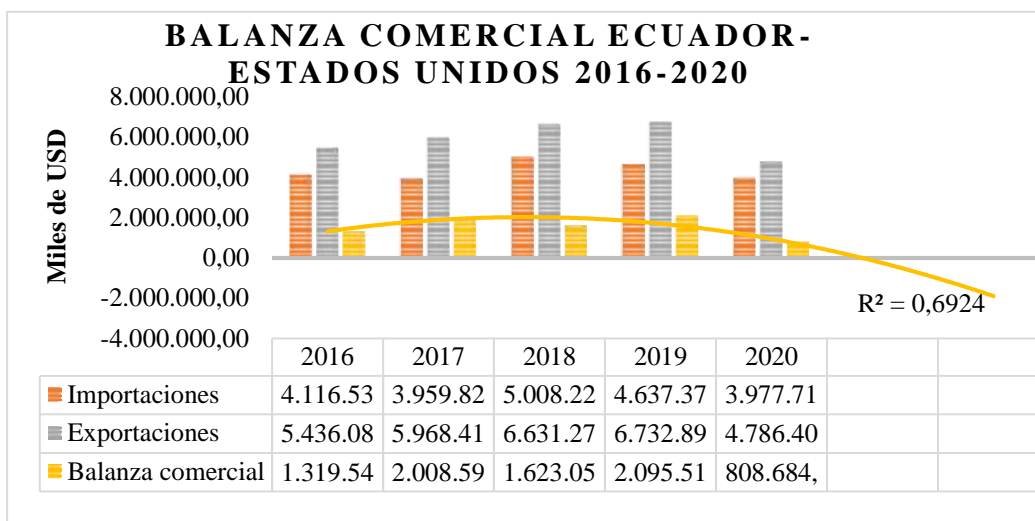


Figura 3. Balanza comercial entre Ecuador y EE. UU periodo 2016- 2020

Fuente: Trade Map (2021)

En tabla que se muestra a continuación se detalla la relación comercial que existe entre Ecuador y Países Bajos durante el periodo 2016 al 2020 así como también la tasa de crecimiento económico en las importaciones y exportaciones.

Tabla 20: Balanza comercial entre Ecuador y Países Bajos

Balanza comercial Ecuador y Países Bajos en miles USD						
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento
Importaciones	259.372,00	444.816,00	441.101,00	346.414,00	124.359,00	-13,67%
Exportaciones	422.631,00	460.845,00	449.588,00	571.502,00	565.615,00	6,00%
Balanza comercial	163.259,00	16.029,00	8.487,00	225.088,00	441.256,00	

Fuente: Trade Map (2021)

Dentro de la tabla se muestran datos de la plataforma de Trade Map de las importaciones y exportaciones del periodo 2016 al 2020. Dentro de las importaciones los datos muestran un gran déficit desde el 2017 al 2020 con una tasa de crecimiento negativa de 13,67%, en exportaciones la tasa de crecimiento del 6% donde el 2019 fue el año donde más exportaciones se presentaron por lo que la balanza comercial muestra un superávit en beneficio de Ecuador.

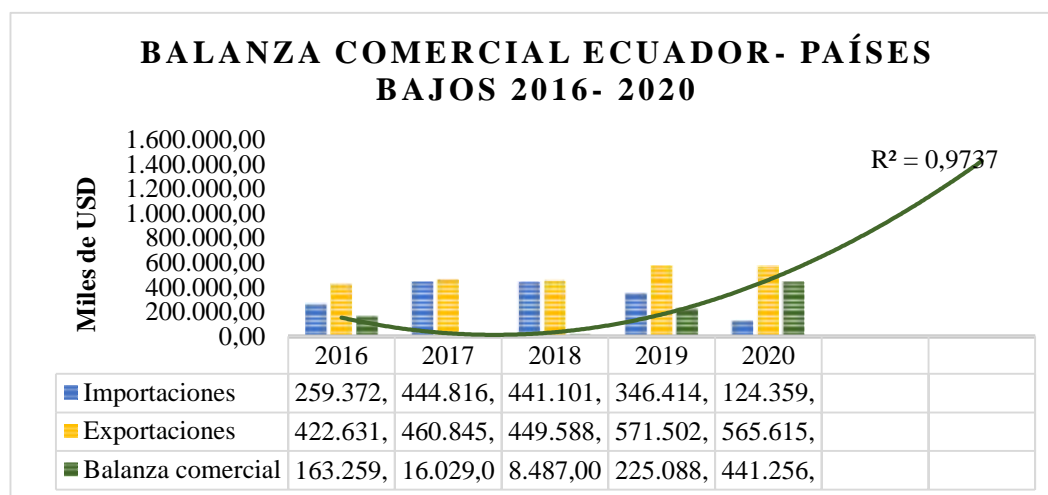


Figura 4. Balanza comercial entre Ecuador y Países Bajos

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla que se muestra a continuación se presenta la balanza comercial entre Ecuador y Francia y la tasa de crecimiento que se obtiene durante el periodo 2016 al 2020.

Tabla 21: Balanza comercial entre Ecuador y Francia

Balanza comercial Ecuador y Francia en miles USD						
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento
Importaciones	132.761,00	159.481,00	228.033,00	228.783,00	167.610,00	4,77%
Exportaciones	282.079,00	282.062,00	272.092,00	280.659,00	273.485,00	-0,62%
Balanza comercial	149.318,00	122.581,00	44.059,00	51.876,00	105.875,00	

Fuente: Trade Map (2021)

Las importaciones muestran una tasa de crecimiento positiva del 4,77%; sin embargo, en el año 2020 hubo un decrecimiento esto debido a la pandemia del COVID- 19 y la situación económica del país y a comparación de las exportaciones hay una tasa de crecimiento negativa de 0,62 desde el 2016 hasta el 2020 y a pesar de esto la balanza comercial entre Ecuador y Francia presenta un superávit.

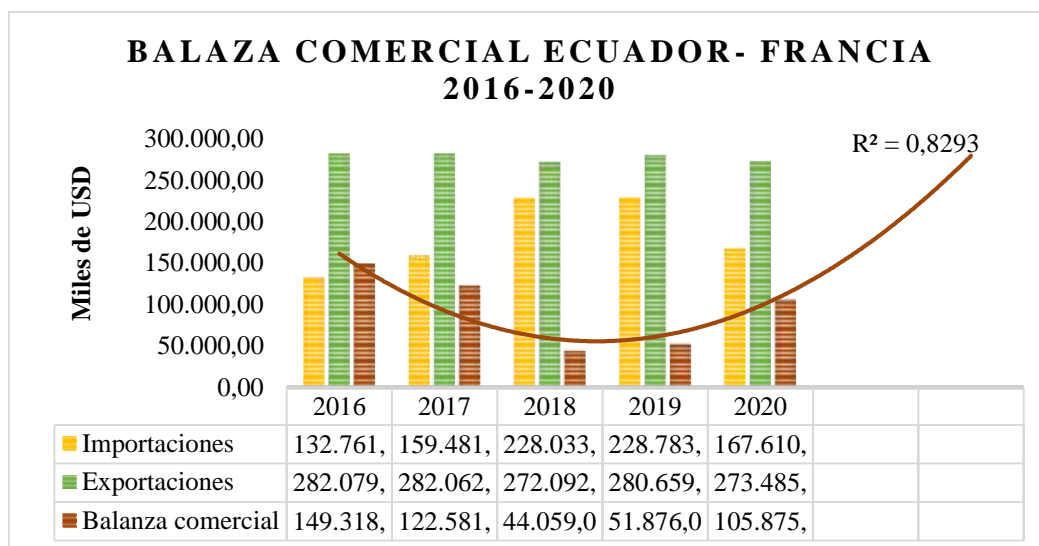


Figura 5. Balanza comercial Ecuador- Francia




Fuente: Trade Map (2021)

3.6.1.3 Estabilidad Política

Al tener la intención de internacionalizar aguacate Hass a un nuevo mercado, es importante conocer su estabilidad política ya que un gran consenso político ayuda al crecimiento económico de un país y la estabilidad que presenta para generar confianza de invertir en determinado país.

A continuación se presenta un cuadro de los indicadores de estabilidad política de los tres países seleccionados como alternativas de mercados para el estudio.

Tabla 22: Estabilidad política

INDICADORES	PAÍSES		
	Estados Unidos	Países Bajos	Francia
AÑO 2020			
Índice de Estado de Derecho	1,37	1,76	1,33
Índice Efectividad Gubernamental	1,32	1,85	1,25
Control de la corrupción	1,07	2,03	1,15
Índice de Calidad Regulatoria	1,24	1,75	1,2

Índice de Estabilidad Política	0,4	0,9	-0,1
Índice de percepción de la corrupción	67	82	69

Fuente: The Global Economy (2022)

En la tabla se muestra indicadores de la estabilidad política correspondiente al año 2020 de los tres países seleccionados, ese rango de puntuaciones va desde -2.5 que es débil hasta 2.5 considerado como un aspecto fuerte; es así que los indicadores de estado de derecho, efectividad gubernamental, control de la corrupción e índice de calidad regulatoria de los tres países se encuentra en un rango favorable, sin embargo Países Bajos es el país que mejor estabilidad política posee. En cuanto al índice de estabilidad política de Francia es el país que menor rango presenta; es decir, que su factor es demasiado débil en comparación a los otros dos países.

En el índice de percepción de la corrupción tiene una puntuación de 0 a 100 puntos donde los valores más altos significan que en dicho país hay buenas acciones gubernamentales por lo que con respecto a todos los indicadores de estabilidad política el país que mejor maneja un consenso político es Países Bajos lo cual representa una oportunidad para la atracción de inversiones

3.6.1.3.1 Estabilidad del Sistema Bancario

Tabla 23: Estabilidad del Sistema Bancario

País	Puntuaciones z de sistemas bancarios	Tipos de interés del crédito bancario al sector privado	Índice de rotación del mercado bursátil	Número de empresas que cotizan en Bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
	Escala de 1 a 100	Porcentaje	Porcentaje	Compañías	
Estados Unidos	29.80	3.54	108.21	4266	16.75
Países Bajos	10.86	1.50	60.54	103	17.86
Francia	25.52	3.37	63.61	457	54.48

Fuente: Indexmundi (2021)

En la tabla se muestra la estabilidad bancaria del sistema financiero de los tres países alternativas de mercados internacionales, donde se evidencia que existen más oportunidades de inversión en Estados Unidos ya que presenta una mayor puntuación z en el sistema bancario a comparación de Países Bajos y Francia. Dentro de los tipos de intereses del crédito bancario al sector privado es

Países Bajos el país que presenta menor valor y el de Estados Unidos y Francia no hay mucha variación de su porcentaje. En el índice de rotación del mercado bursátil el país con mayor valor es Estados Unidos, así como también el número de empresas que cotizan en la bolsa es Estados Unidos lo que quiere decir que hay más posibilidades para que los inversores puedan negociar y en cuanto al último indicador de rentabilidad del mercado bursátil Francia tiene un porcentaje mayor de 54.48

Después de haber analizados los datos arrojados en la estabilidad del sistema bancario se deduce que Estados Unidos es el país que presenta mayores ventajas para ingresar a su mercado.

3.6.1.3.2 Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Tabla 24: Barreras Arancelaria por país

Partida Arancelaria	Tributos		
	Ad- valorem	Liberación	IVA
Estados Unidos	5%	Varía de acuerdo con el producto	20% Estándar
Países Bajos	0%	Varía de acuerdo con el producto	21% Estándar
Francia	4%	Varía de acuerdo con el producto	20% Estándar

* Su valor depende del estado

Fuente: SIICEX (2022)

El portal de SIICEX muestra datos sobre el arancel ad- valorem de Estados Unidos, Países Bajos y Francia, donde el país que mayor oportunidad ofrece para la exportación de aguacate Hass es Países Bajos con un 0%. El IVA de los tres países se encuentra en un porcentaje uniforme del 20% para Estados Unidos y Francia y 21% para Países Bajos.

Tabla 25: Barreras No arancelarias por país

ESTADOS UNIDOS



MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)

- El Servicio de Inspección Zoonosaria y Fitosanitaria (APHIS-2016-0022) propone modificar el reglamento relativo a frutas y hortalizas para la importación. Como condición se debe incluir prescripciones relativas a la importación en envíos comerciales, registros y vigilancia de los puntos de productos y de embalaje, zonas de producción libre de plagas, prácticas de higiene de las plantaciones.
- Además se requiere que los aguacates estén acompañados de un certificado fitosanitario y una declaración adicional en la que se indique que el producto se cultivó de acuerdo con las disposiciones propuestas.

OTC (OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)

- El servicio de Comercialización Agrícola (AMS) pide que se presenten observaciones sobre las posibles revisiones de las Normas de Estados Unidos para la clasificación de los aguacates.
- La AMS está examinando las revisiones de las normas relativas a los aguacates a fin de ampliarlas para incluir en el producto.

PAÍSES BAJOS



MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)

- La Comisión de Codex Alimentarius es la encargada de las regulaciones sobre la inocuidad de los alimentos, sobre aditivos alimentarios, entre otros.
- También debe considerarse el Sistema de Análisis de Riesgo y de Puntos Críticos de Control (HACCP) como requisito obligatorio para todos los productos a cualquier nivel de la cadena alimentaria el cual ayuda a estimar los peligros, riesgos y establecer medidas de control de problemas higiénicos y sanitarios.

OTC (OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)

- En la Unión Europea se recomienda que la información esté de acuerdo al país nativo.
- Los productos orgánicos deben estar con la denominación “ECO” y requieren una certificación que lo compruebe.
- Las etiquetas ecológicas son a nivel de cada país y a nivel de la Unión Europea.

**MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)**

- El reglamento CE 852/2004 que entró en vigencia en 2006 reafirma que dentro del sector alimenticio es importante garantizar responsabilidad desde la producción hasta la venta de los productos, es decir en todas las etapas del proceso, por lo que se exige llevarse a cabo los principios del sistema HACCP
- En cuanto a higiene alimentaria se debe basar en la Directiva CE 853/2004 se establece la manera higiénica que se debe llevar en la preparación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y manipulación del producto.
- En el reglamento CE n° 178/2002, se establece el límite máximo de residuos químicos presentes en los alimentos; sin embargo, cada uno de los estados miembros de la UE tiene la potestad de definir límites máximos de residuos químicos para los productos de entrada.

OTC (OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)

- La Directiva EC/013/2000 define los requisitos de etiquetado establecidos por los estados miembros de la UE. Dicha directiva establece que los productos deben presentar un etiquetado general.
- La información del etiquetado general se debe presentar en el idioma comprendido por los consumidores (francés) y en lo que respecta a unidades se debe utilizar el sistema métrico internacional

Fuente: Integrated trade intelligence portal WTO (2022)

Con los resultados que se presentan en la tabla se concluye que en lo que respecta a Medidas Sanitarias, Fitosanitarias y Obstáculos Técnicos al Comercio de Estados Unidos son más generales a comparación de Países Bajos y Francia que al pertenecer a la Unión Europea es un mercado más exigente y por ende se requiere que estas medidas sean más rigurosas en certificaciones, porcentajes de químicos en el producto, envasado, almacenamiento, transporte, manipulación entre otros.

3.6.1.4 Indicadores económicos

A continuación, se presentan indicadores económicos de las alternativas de mercados, los cuales permitieron conocer el comportamiento de los agentes económicos, la evolución económica de los tres países y hacer una comparación de su situación económica para poder determinar el mercado más idóneo para la exportación.

Así también se incluyeron indicadores que determinaron la capacidad de la productividad y gestión logística de los países.

Tabla 26: Indicadores económicos de Estados Unidos

ESTADOS UNIDOS						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento de 2016- 2020
PIB (miles de millones de USD)	18.695.10	19.479.63	20.527.15	21.372.60	20.893.58	2,25%
PIB per cápita (USD)	57.840	59.886	62.770	65.052	63.358	1,84%
Tasa de inflación (%)	1,27%	2,14%	2,40%	1,81%	1,25%	-0,32%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,87%	4,36%	3,90%	3,67%	8,31%	11,28%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	80,19	83,57	85,64	83,67	84,02	0,94%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,75	3,99	3,89	3,89	3,95	1,04%

Fuente: The Global Economy (2021), Santander Trade (2021), Statista, Indexmundi (2021), Datos macro (2021)

Estados Unidos en cuanto al valor monetario de los bienes y servicios PIB presentó una tasa de crecimiento del 2,25% durante el periodo 2016- 2020 con alrededor de 20 mil millones de dólares, en cuanto a la cantidad de dinero que le correspondería a cada habitante de Estados Unidos, el cual presentó un crecimiento del 1,84%. Por otro lado la tasa de inflación es negativa lo que significa que hay una disminución de los precios o recesión económica de un -0,32 valor que no es tan preocupante.

Dentro de la tasa de desempleo el año que más se ha incrementado ha sido en el 2020 por la emergencia sanitaria de covid- 19 por lo que los desempleos aumentaron significativamente. En lo que respecta al índice de competitividad global es un índice que mide la capacidad que tiene un país para lograr un crecimiento económico a través de un nivel de productividad la cual establece el nivel de prosperidad que puede alcanzar en la economía donde Estados Unidos se encuentra en una posición de 80 a 85 puntos lo que es una muy buena oportunidad para la entrada al país.

El índice de desempeño logístico de EE.UU presentó una tasa de crecimiento de 1.04% que es un índice que evalúa seis aspectos logísticos lo que permitiría al Ecuador ser más competitivo en lo que respecta a logística.

Tabla 27: Indicadores económicos de Países Bajos

PAÍSES BAJOS						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento 2016- 2020
PIB (miles de millones de USD)	783.528	831.810	913.597	910.194	913.865	3,13%
PIB per cápita (USD)	53.848	55.089	56.061	56.784	54.326	0,18%
Tasa de inflación (%)	0,32%	1,38%	1,70%	2,63%	1,27%	31,74%
Tasa de paro (% de la población activa)	6,00%	4,90%	3,80%	3,40%	3,80%	-8,73%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78,64	80,86	82,38	82,39	84,26	1,39%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	4,12	4,07	4,02	3,97	3,92	-0,99%

Fuente: The Global Economy (2021), Santander Trade (2021), Statista, Indexmundi (2021), Datos macro (2021)

La tabla muestra los indicadores económicos de Países Bajos donde los resultados muestran que dentro del Producto Interno Bruto los valores son mucho menores a los de Estados Unidos, pero su tasa de crecimiento durante el periodo 2016- 2020 es mucho mayor con un porcentaje del 3,13%, y de igual manera el PIB per cápita presenta una pequeña variación que va desde 53 a 56 mil USD en el periodo 2019- 2020 esperada y una tasa de crecimiento mínima de 0,18%

En torno a la tasa de inflación se evidenció un gran crecimiento económico dando una tasa de crecimiento positiva muy significativa. Dentro de la tasa de desempleo se arrojan datos con una tasa negativa lo que también tiene un efecto negativo para el país porque la oferta laboral de Países Bajos es escasa y esto perjudica a la estabilidad económica.

El índice de competitividad global es menor que Estados Unidos con una variación de 78 a 84 puntos y como índice de desempeño logístico los resultados presentan valores muy altos y por lo tanto favorables para el sector logístico.

Tabla 28: Indicadores económicos de Francia

FRANCIA						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento 2016- 2020
PIB (miles de millones de USD)	2.464,90	2.521,40	2.568,40	2.615,80	2.410,30	-0,45%
PIB per cápita (USD)	37.037	38.685	41.526	40.380	38.625	0,84%
Tasa de inflación (%)	0,18%	1,03%	1,85%	1,11%	0,48%	21,67%
Tasa de paro (% de la población activa)	10,10%	9,40%	9,00%	8,40%	8,00%	-4,55%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	73,25	74	78,01	78,81	81,19	2,08%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,9	3,87	3,84	3,81	3,78	-0,62%

Fuente: The Global Economy (2021), Santander Trade (2021), Statista (2021), Indexmundi (2021)

Los indicadores económicos de Francia mostraron que el PIB es más alto que Países Bajos pero no más que Estados Unidos; así mismo la tasa de crecimiento es negativa en el año 2020 por situación de pandemia donde todo tuvo un decrecimiento, en cuanto al PIB per cápita sus valores son bajos de 37 a 41 mil USD y su tasa no representó demasiado crecimiento hasta el año 2020.

La tasa de inflación es positiva lo que reflejó un gran crecimiento económico favorable, la tasa de desempleo refleja que existe una escasez de ámbito laboral con un tasa de -4,55%. En cuanto al índice de competitividad global es mucho menor a comparación con los otros dos países analizados anteriormente, pues la puntuación va desde 73 hasta 81 con un crecimiento de 2. 08% y el índice de desempeño logístico de igual manera es menor que Países Bajos y Estados Unidos.

3.7 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO POAM

A continuación, se presenta la matriz POAM del perfil de Oportunidades y Amenazas, con el desglose de los respectivos indicadores políticos, económicos y sociales de los tres países seleccionados como alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass. Para la calificación del país más idóneo la puntuación fue de la siguiente manera, 3 puntos= alto; 2 puntos= medio y 1 punto= bajo. Esta puntuación ayudó a determinar que el país que tenga mayor puntuación será el destino más factible para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits, pues es el que presenta mayores oportunidades.

Tabla 29: Perfil de Oportunidades y Amenazas de la matriz POAM

FACTORES SOCIALES	ESTADOS UNIDOS				PAÍSES BAJOS				FRANCIA			
	OPORTUNIDAD	PUNTO	AMENAZA	PUNTO	OPORTUNIDAD	PUNTO	AMENAZA	PUNTO	OPORTUNIDAD	PUNTO	AMENAZA	PUNTO
	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S
% Gasto alimentación	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Remuneración mínima	BAJO	1			ALTO	3			MEDIO	2		
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Perfil de consumidor	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
	SUMA	10	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	8	SUMA	0
	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PUNTO	NIVEL	PUNTO	NIVEL	PUNTO	NIVEL	PUNTO	NIVEL	PUNTO	NIVEL	PUNTO
Acuerdos Comerciales	BAJO	1			BAJO	1			BAJO	1		
Balanza Comercial	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Estabilidad Política	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
Barreras Arancelarias			BAJO	1	ALTO	3					MEDIO	2
Barreras no Arancelarias			BAJO	1			MEDIO	2			MEDIO	2
Estabilidad del Sistema Bancario	ALTA	3			BAJA	1			MEDIA	2		
	SUMA	9	SUMA	2	SUMA	10	SUMA	2	SUMA	5	SUMA	4
	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	1,67	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	0,83	PROMEDIO	0,67

FACTORES ECONÓMICOS	ESTADOS UNIDOS				PAÍSES BAJOS				FRANCIA			
	OPORTUNIDAD	PUNTO	AMENAZA	PUNTO	OPORTUNIDAD	PUNTO	AMENAZA	PUNTO	OPORTUNIDAD	PUNTO	AMENAZA	PUNTO
	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S	NIVEL	S
Producto Interno Bruto (PIB)	ALTO	3			BAJO	2			MEDIO	2		
Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Tasa de desempleo			BAJO	1			ALTO	3			MEDIO	2
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)			MEDIO	2			BAJO	1			BAJO	1
Importaciones			BAJO	1			MEDIO	2			ALTO	3
Exportaciones	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Moneda	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Índice de Competitividad Global	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Desempeño Logístico	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
	SUMA	19	SUMA	4	SUMA	16	SUMA	6	SUMA	9	SUMA	6
	PROMEDIO	1,90	PROMEDIO	0,40	PROMEDIO	1,60	PROMEDIO	0,60	PROMEDIO	0,90	PROMEDIO	0,60

Fuente: Elaboración propia

3.7.1. Análisis POAM

Tabla 30: Ponderación de datos POAM, países de Estudio

	Estados Unidos		Países Bajos		Francia	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	2,50	0	1,50	0	2,00	0
FACTORES POLÍTICOS	1,50	0,33	1,67	0,33	0,83	0,67
FACTORES ECONÓMICOS	1,90	0,40	1,60	0,60	0,90	0,60
SUMA	5,90	0,73	4,77	0,93	3,73	1,27
PROMEDIO	1,97	0,24	1,59	0,31	1,24	0,42
Calificación	1,72		1,28		0,82	

Fuente: Elaboración propia

Después de haber analizado indicadores sociales, políticos y económicos de los tres países de estudio: Estados Unidos, Países Bajos y Francia, se pudo establecer a través de la matriz de oportunidades y amenazas POAM que es Estados Unidos el país más idóneo para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi, ya que con la ponderación de datos este país tiene una calificación mayor a comparación de los otros dos, con una puntuación de 1,72 en la escala de ponderación de 1- 4.

Dentro de los factores sociales los puntos favorables para Estados Unidos fueron el gasto de alimentación, el país con mayor población económicamente activa ya que las posibilidades de consumo son mayores y otro factor importante a favor de este país es el perfil del consumidor pues EE. UU cada vez se ha ido destacando por aumentar su dieta saludable. En cuanto a factores políticos los puntos fuertes a favor de EE. UU es la balanza comercial que mantiene con Ecuador y su estabilidad en el Sistema Bancario.


En lo que se refiere a factores económicos los puntos fuertes para EE. UU son el Producto Interno Bruto, PIB per cápita, sus exportaciones y principalmente la moneda fuerte que posee a comparación de Países Bajos y Francia.

3.8 ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO

3.8.1 Perfil de Estados Unidos

Estados Unidos fue el país seleccionado como la mejor alternativa de mercado para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits debido a que le favorecieron ciertos factores políticos, económicos y sociales. A continuación, se muestra más detalles del país seleccionado

Tabla 31. Ficha Técnica Estados Unidos

	Estados Unidos
Área geográfica	9.831.510 km ²
Población Total	329.484.123
Población Económicamente Activa	55.5 millones de personas
Capital	Washington D.C
Lengua oficial	Inglés (82%), español (10,7%)
Religión	Protestantes 52%, católicos 24%, mormones 2%, judíos 1%, musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%.
Moneda local	Dólar estadounidense (USD) 1 USD= 0.9336 EUR, 1 EUR= 1.0711 USD
Idioma(s) de negocios	Inglés
PIB (miles de millones USD)	22.939,58 (año 2021)
PIB per cápita (USD)	69.375
Tasa de inflación	4,3%
Tasa de Desempleo	5,4%
Comercio Exterior	Sus principales socios comerciales son: China, Canadá y el Reino Unidos. Es el principal importador del mundo.

Fuente: Santander Trade (2021)

3.8.2 Perfil del consumidor de Estados Unidos

Estados Unidos es la mayor economía del mundo, por lo que su poder adquisitivo muestra la posibilidad de adquirir los productos que satisfagan sus gustos y necesidades.

Según (Specialty Food Association, 2017) “el consumidor estadounidense está más informado sobre la industria alimentaria y toma decisiones basadas en la información nutricional del empaque del producto y tienen interés por bebidas saludables, alimentos que no hayan sufrido grandes cambios durante el proceso de producción”. El consumidor estadounidense siempre ha sido estricto y riguroso en cuanto a la calidad de los productos que consumen, además su tendencia de consumo es llevar una vida saludable con productos sanos y naturales sin que estos contengan demasiados artificiales ni aditivos.

Además, el consumidor norteamericano se preocupa por el medio ambiente por lo que los productos que ingresan a este país deben tratar cuidadosamente el proceso de producción sin que contengan demasiadas cantidades de químicos, sino que su valor nutricional sea alto y aporten nutrientes a la dieta alimenticia.

Debido a la emergencia sanitaria por COVID- 19 el consumidor estadounidense y con ello la crisis mundial el comportamiento del consumidor ha cambiado.

Según (Specialty Food Association, 2017) el consumidor de Estados Unidos ha cambiado en cuanto a su percepción de compra. Hoy gasta su dinero con más cuidado y se preocupa más por el tipo de producto que está buscando. También se ha vuelto más consciente del medio ambiente al momento de tomar decisiones de compra. Igualmente, como respuesta a la crisis mundial, el consumidor norteamericano aumentó su sensibilidad a los precios. Este cambio ha tenido como resultado que muchos de ellos migren de marca en relación con el precio/valor.

En cuanto al consumo de aguacate en Estados Unidos existe una tendencia de crecimiento gracias a que su recuperación de la emergencia sanitaria ha sido rápida, por lo que las personas al volver a su vida normal visitan más frecuentemente los supermercados y las restricciones para entrar a este mercado se han ido flexibilizando con el pasar de los meses, lo que ha permitido que el producto en este caso el aguacate sea más demandado en el país. Según expertos las preferencias de consumo del producto van a ir en aumento, siendo una ventaja para Mira Fruits para abrir su mercado hacia destino norteamericano.

De acuerdo con (Portalfruticola.com, 2021) la tendencia estaría siguiendo nuevos patrones, ya que si bien la demanda de aguacate suele aumentar en fechas claves, han visto un aumento en el consumo, más allá del guacamole y la tostada con aguacate y se estimó que el consumo per cápita del aguacate podría sobrepasar las 11 libras por persona para 2026. Magaña afirmó que el cambio de preferencias alimentarias generacionales también está impulsando la tendencia hacia un mayor consumo de aguacate.

3.8.3 Segmentación de mercado

Después se procedió a realizar la segmentación de mercado y así se pudo conocer qué estado es el que más consume el producto de exportación y las razones que permiten la demanda. Para esto se utilizó una herramienta de base datos que da a conocer la frecuencia de búsqueda de un producto en específico, dando a conocer la ubicación de búsqueda y el tiempo, por lo que se procedió a recolectar información del consumo de aguacate Hass en Estados Unidos y los resultados fueron los que se presentan a continuación:



Figura 6. Segmentación de mercado Estados Unidos

Fuente: Google Trends (2022)


Después de haber utilizado la herramienta Google Trends para conocer qué estado es el que más consume aguacate Hass, dejó como resultado California con una frecuencia de búsqueda de 100

puntos, por lo que se consideró como el estado destino de exportación. Otra de las razones de esta gran demanda fueron las siguientes:

Según Sánchez (2019) El mercado del aguacate de Estados Unidos es saludable y está creciendo en general pues ha aumentado considerablemente en las últimas dos décadas. El aguacate es una súper estrella en Estados Unidos y esa popularidad en gran medida se debe al éxito que han tenido en los comerciales del Super Bowl, un campeonato de fútbol americano que se celebra cada febrero desde hace 53 años en Estado Unidos específicamente en el estado de Los Ángeles- California. Este espectáculo deportivo se ha vuelto un espacio cotizado para que las grandes marcas que presenten sus mejores comerciales entre ellos está el aguacate y es la ocasión donde el producto es más apetecido en menús californianos.

Otra de las razones que se presenta según Magaña (2021) es que “Además, se estima una mayor demanda de aguacate a medida que la economía de Estados Unidos se recupere; el movimiento del consumidor aumenta a medida que se levantan las restricciones relacionadas a la pandemia”. Estas son algunas de las razones por lo que el aguacate irá aumentando su demanda y más aún cuando todo el mundo está volviendo a su vida normal y recuperándose de la emergencia sanitaria del COVID-19, por lo que ahora las personas asisten con más regularidad a supermercados, tiendas, restaurantes, etc.

Tabla 32. Ficha Técnica estado de California

 CIUDAD DE CALIFORNIA	
Estado	California
Capital	Sacramento
Densidad de población	92,58, hab/km ²
Superficie	423.967 km ²
Población	21.733.312 habitantes
Tasa de desempleo	4,3%
PIB	USD 2.792,0391 mil millones de dólares

PIB per cápita	USD 78 971
Idioma Oficial	Inglés
Moneda	Dólar estadounidense (\$)
Religión	Oficialmente es un estado laico

Fuente: ICEX España Exportaciones e Inversiones (2020)

Variables geográficas: El estado está ubicado en la costa oeste de los Estados Unidos, limitado al norte con Oregón, al este con Nevada, al sureste con el río Colorado, al sur con Baja California y al oeste con el océano Pacífico Norte de (González, 2020).

Variables socioeconómicas: California es la fuerza dominante en la economía de los Estados Unidos y es el responsable del 13% del producto interno bruto (PIB). Es el hogar de varias regiones económicas importantes como Hollywood (entretenimiento), el valle Central de California (agricultura), Tech Coast y Silicon Valley (computadoras y alta tecnología).

Estadísticas muestran que California es la quinta economía del mundo de acuerdo a la estimación del PIB donde su riqueza supera a la de Reino Unido. Además, la economía del estado dorado es el doble que la de España. (Sandoval, 2018)

Variables demográficas: La población de California en 2020 era de 21.733.312 habitantes personas (alrededor del 12% de la población total del país) y le convierte en el primer estado de Estados Unidos en cuanto a población se refiere. En el norte se desarrollan actividades industriales (principalmente tecnológicas) y agrícolas. En el sur predominan los servicios (se destaca la industria audiovisual y de entretenimiento).

California tiene 8 de las 50 ciudades más pobladas del país: Los Ángeles (2), San Diego (8), San José (10), San Francisco (13), Fresno (34), Sacramento (35), Long Beach (36) y Oakland (45). (Méndez Suárez , Ramírez Herrera, & Ortigosa Urbieto, 2020)

Tabla 33. Variables demográficas

Porcentaje de población por edades	
Población por debajo de los 5 años	6%
Población por debajo de los 18 años	22,5%
Personas entre 19 y 64 años	62,7%
Personas mayores de 65 años	14,8%
Porcentaje de población femenina	50,3%
Porcentaje de población masculina	49,7%

Fuente: ICEX España Exportaciones e Inversiones (2020)

Grupos de población

Tabla 34. Distribución racial

Población afroamericana	6,5%
Población blanca	37,2%
Población hispana o latina	39,1%
Población india americana y nativa de Alaska	1,6%
Población asiática	15,2%
Población nativa hawaiana y otras islas del Pacífico	0,5%
Población de dos o más razas	3,9%

Fuente: ICEX España Exportaciones e Inversiones (2020)

Variabes culturales: En California la lengua oficial es el inglés, hablando del 60,5% de la población de California. El español es la segunda lengua en número de hablantes con un 35,8% de la población. La religión más extendida es el cristianismo con un 74,54% de personas que lo profesan. El apodo del estado es The Golden State (El estado dorado) dado a la boca de la bahía de San Francisco.

3.8.3.1 Requisitos para la exportación de aguacate Hass a California- Estados Unidos

Según (Espinosa E. , 2018) Los científicos de APHIS han determinado que el aguacate fresco ecuatoriano puede ingresar con seguridad bajo un enfoque de sistemas (Systems Approach),

que protege a la agricultura contra la introducción de plagas. Dicho enfoque comprende una serie de medidas que los productores, empacadores y embarcadores deben tomar y que en conjunto minimizan la presencia de plagas antes del embarque a Estados Unidos. En este caso, el enfoque incluye:

- Requisitos en los sitios de producción,
- En las plantas de empaque,
- En el envío de embarques comerciales
- Inspección en el puerto de llegada.
- Un certificado fitosanitario, con una declaración adicional de que se han cumplido, dichas condiciones deberán acompañar cada embarque.
- El aguacate que no pueda exportarse bajo un enfoque de sistemas, podrá embarcarse sometándose a irradiación, que es un tratamiento aprobado por APHIS.

Requisitos para exportar

Según (Importaciones Ecuador , 2022) establece que tanto personas naturales como jurídicas pueden realizar procesos de exportación, siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos:

- 1) Contar con un Registro Único de Contribuyente (RUC), el mismo que es emitido por el Servicio Nacional de Rentas (SRI).
- 2) Una vez obtenido el RUC, se procede hacer el registro en la página web del SENAEC.
- 3) Obtener una firma electrónica o TOKEN para poder acceder al sistema informático ECUAPASS, donde se le permitirá al operador de comercio exterior en este caso el exportador poder realizar trámites de despacho aduanero.
- 4) A continuación se debe registrar como exportador en el ECUAPASS:
<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>
- 5) Una vez que el solicitante cumpla con los requisitos que se mencionaron anteriormente y obtenga el derecho de exportador, puede realizar su exportación, la cual debe estar acompañada por documentos como: factura comercial, certificado de origen, Documentos de transporte dependiendo el modo en el que se realice el transporte, Registro único de

Contribuyentes de exportador, registro como exportador en la página del SENA, autorizaciones previas.

Como exportar desde Ecuador

De acuerdo a (Importaciones Ecuador , 2022) se establece los pasos para poder exportar desde el Ecuador hacia mercados internacionales.

- 1) Buscar compradores
- 2) Enviar cotizaciones del producto como muestras o especificaciones
- 3) Obtener documentación para habilitar la exportación
- 4) Definir venta como: acondicionamiento y preparación del pedido, Incoterms, Fecha de envío, formas de pago.
- 5) Gestionar la logística
- 6) Iniciar el trámite en aduana: documentos de soporte, documentos de acompañamiento y declaración aduanera
- 7) Aprobar control aduanero ejercido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: Aforo, pago de tributos, pago de impuestos y pago de tasas
- 8) Enviar documentos (pago) de entidades bancarias
- 9) Salida de mercancías donde se autoriza el embarque.

Barreras arancelarias

Según el portal de Trade Map, el arancel que las exportaciones desde Ecuador de la partida 080440 perteneciente a “aguacates- paltas” hacia Estados Unidos se detalla en la siguiente tabla.

Partida Arancelaria 080440	Tributos		
	Ad- valorem	Liberación	IVA
Estados Unidos	5%	Varía de acuerdo con el producto	20% Estándar

Fuente: Trade Map (2022)

Los tributos arancelarios que se debe cancelar por la exportación de aguacate al mercado estadounidense es del 5% para la partida de investigación.

Barreras no arancelarias de Estados Unidos

Tabla 35. MSF y OTC de Estados Unidos

MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)	OTC (OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)
<ul style="list-style-type: none">- El Servicio de Inspección Zoosaniaria y Fitosanitaria (APHIS-2016-0022) propone modificar el reglamento relativo a frutas y hortalizas para la importación. Como condición se debe incluir prescripciones relativas a la importación en envíos comerciales, registros y vigilancia de los puntos de productos y de embalaje, zonas de producción libre de plagas, prácticas de higiene de las plantaciones.- Además se requiere que los aguacates estén acompañados de un certificado fitosanitario y una declaración adicional en la que se indique que el producto se cultivó de acuerdo con las disposiciones propuestas.	<ul style="list-style-type: none">- El servicio de Comercialización Agrícola (AMS) pide que se presenten observaciones sobre las posibles revisiones de las Normas de Estados Unidos para la clasificación de los aguacates.- La AMS está examinando las revisiones de las normas relativas a los aguacates a fin de ampliarlas para incluir en el producto.

Fuente: Integrated trade intelligence portal WTO (2021)

3.8.3.2 Convenio Estados Unidos- Ecuador para la partida 080440

Ecuador y Estados Unidos no mantienen un acuerdo comercial específicamente para la partida objeto de estudio perteneciente a 080440; Sin embargo, meses atrás el gobierno ecuatoriano se enfocó en la internacionalización de aguacate ecuatoriano, es así que después de 9 años de negociaciones, Estados Unidos permite el ingreso de aguacate ecuatoriano a su mercado.

La aprobación de Estados Unidos se emitió después de reconocerse que el producto cumple con los estándares de calidad y los requisitos fitosanitarios exigidos por el APHIS, que según el Gobierno ecuatoriano favorecerá el incremento significativo de la superficie de producción, que actualmente es de 6.000 hectáreas aproximadamente. (eluniversocom, 2022)

Gracias a la facilitación de ingreso de aguacate ecuatoriano al mercado estadounidense aumentaran oportunidades para los pequeños y grandes productores de aguacate principalmente del Carchi, Imbabura, Santa Elena, Pichincha, Tungurahua, Bolívar y Azuay que son las provincias donde se produce aguacate Hass; además de aumentar fuentes de trabajo se logrará mayor competitividad en los mercados internacionales y el producto ecuatoriano irá aumentando su demanda.

3.8.3.3 Análisis de la competencia a nivel mundial

A continuación, se presentan el valor de las importaciones realizadas por Estados Unidos durante los años 2016- 2021 de la sub partida 080440.

Tabla 36. Importación de aguacate de EE. UU, valor en miles de USD

RAN KING	PAÍS	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL	CUOTA DE PARTICIPACIÓN
1	México	2208127	2814600	2547458	2942376	2739363	3367146	16619070	67%
2	Costa Rica	608990	634535	628043	618330	605985	693403	3789286	15%
3	Perú	137784	250426	270452	324001	291215	310651	1584529	6%
4	Ecuador	68706	58518	61911	54420	68505	76105	388165	2%
5	Brasil	38310	46055	41864	55749	62489	74339	318806	1%
6	República Dominicana	24988	38565	43461	45996	55012	67719	275741	1%
7	Honduras	29655	32793	34884	38241	41964	43866	221403	1%
8	Turquia	34504	33320	37484	36520	39752	43016	224596	1%
9	Filipinas	35241	39127	30418	24660	35508	41279	206233	1%
10	Tailandia	22846	30887	28785	33025	29471	41095	186109	1%
	Demás	179312	245900	232648	175510	119423	144263	1097056	4%
	Total	3388463	4224726	3957408	4348828	4088687	4902882	24910994	100%

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla 36 se puede observar el top 10 de los principales países que exportan aguacate a Estados Unidos, donde Ecuador se encuentra en el puesto número 4, lo que significa que hay una gran competitividad en el mercado estadounidense, por lo que también se observa que tiene una cuota de participación del 2%, donde año tras año desde el 2016 hasta el 2021 el incremento de importaciones del producto desde Ecuador se evidencia un incremento significativo.

3.9 ANÁLISIS SITUACIONAL – ECUADOR

Para conocer el análisis situacional del Ecuador se recopiló información de datos estadísticos de factores políticos, sociales, económico y geográficos con la finalidad de determinar la situación actual del país.

Tabla 37. Ficha Técnica Ecuador

ECUADOR	
Factores geográficos	
País	Ecuador
Capital	Quito
Área geográfica	256 370 km ²
Población total	17 643 060 habitantes
Crecimiento poblacional	1,5%
Factores Económicos	
PIB	98, 81 miles de millones (2020)
PIB per cápita	5. 600, 39 USD
Crecimiento del PIB	- 7,8%
Tasa de Inflación	2,9%
Tasa de desempleo	5,2%
Salario unificado nominal	\$ 425
Factores Culturales	
Moneda	Dólar estadounidense
Lengua oficial	Español (Castellano)
Idioma de negocios	Inglés
Religión	Católicos 74, 8%; Evangélicos 15,2%; Testigo de Jehová 1,2%; Otros grupos religiosos 1,4%; Ateos 0,8%.
Factores Políticos	
Formas de gobierno	República democrática
Comercio exterior	Sus principales socios comerciales son Estados Unidos, Unión Europea, China y Panamá y las importaciones son principalmente de Estados Unidos, China y Colombia

Fuente: Banco Mundial (2022), Datos macro (2020), Banco Central del Ecuador (2020)

La república del Ecuador tiene un área de 256 370 km² que se ubica como el cuarto país más pequeño de Sudamérica, su capital es Quito que es declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad. El origen de su nombre se debe a la línea equinoccial o Ecuador que divide los dos hemisferios norte y sur del planeta y que pasa por Quito. Limita al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al oeste con el océano Pacífico, está constituido por 4 regiones como son: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos que están conformadas por 24 provincias.

Según el (Banco Central del Ecuador , 2022) “El Producto Interno Bruto (PIB) creció 4,2% en 2021, superando la proyección más reciente de 3,55% presentada por el Banco Central del Ecuador (BCE). Este resultado refleja una recuperación de las actividades económicas y productivas en el país”. A nivel de industrias, las principales actividades que reportaron un mayor crecimiento fueron: la refinación de petróleo, el alojamiento y servicios de comida, la acuicultura y pesca de camarón, el transporte y el comercio.

Las exportaciones decrecieron 0,1%, principalmente por la disminución de las ventas de petróleo crudo, banano, café y cacao. Por otro lado, la tasa de variación de las importaciones fue de 13,2%, que se explica por mayores adquisiciones de aceites refinados de petróleo, maquinaria, aparatos eléctricos y equipo de transporte. (Banco Central del Ecuador , 2022)

Como se evidencia en el párrafo anterior, la balanza comercial de Ecuador durante el último año presentó un déficit comercial, donde la diferencia es negativa pues las importaciones son mayores que las exportaciones, esto debido a la emergencia sanitaria por COVID- 19 que provocó una crisis a nivel mundial y como consecuencia una balanza comercial negativa.

Además de la pandemia otras causas que han generado este resultado han sido el conflicto entre Rusia y Ucrania que afectó considerablemente las importaciones y exportaciones de Ecuador y a ello se suma las reformas económicas que se han dado a nivel nacional.

Sin embargo, el gobierno ecuatoriano encabezado por el presidente de la república Guillermo Lasso han propuesto políticas que ayuden a superar poco a poco la crisis en el que el país está sumergido y el crecimiento económico vaya mejorando.

3.10 ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO

3.10.1 Descripción del producto

El aguacate es un fruto exótico carnoso que se obtiene del árbol tropical de mismo nombre. En algunas partes de América del Sur se conoce como Paltas. Presenta dimensiones de 5- 6 cm de longitud. El peso normal oscila entre 200- 400 gramos.

La corteza es gruesa y dura de color verde cuyo tono depende de la variedad. La pulpa es aceitosa de color crema o verde amarillento con un sabor similar a la nuez.

El fruto es una baya unisemillada, oval, de superficie lisa o rugosa y la maduración del fruto sólo cuando éste se separa del árbol. (Frutas & hortalizas, 2022)

A continuación, se presenta el contenido de nutrientes del aguacate.

Tabla 38. Ficha Técnica información nutricional del producto

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Tamaño por porción	1/3 de aguacate mediano (50g)	
Cantidad por porción (calorías)	80	
		% Valor Diario
Grasa Total	8g	10%
Grasas Saturadas	1g	5%
Grasas Trans		-
Grasas Polinsaturadas	1g	-
Grasa Mono insaturada	5g	-
Colesterol	0mg	0%
Sodio	0mg	0%
Carbohidratos totales	4mg	1%
Fibra dietética	3g	11%
Azúcares	0g	-
Proteína	1g	

Fuente: Importacol (2019)

Es importante mencionar que, para poder exportar al mercado estadounidense, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) fue obligatorio y necesario presentar la información nutricional en el empaque y todos los requisitos establecidos en las diferentes zonas para colocar la información.

Tabla 39. Ficha Técnica del producto

FICHA TÉCNICA DEL AGUACATE	
	
Nombre común:	Aguacates frescos variedad Hass
Nombre específico:	Persea americana
Nombre comercial:	Aguacate Hass
Partida arancelaria:	08.04 Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
Sub partida arancelaria:	08.04.40 Aguacates (paltas)
Sistema armonizado ecuador:	08.04.40.00 Aguacates (paltas)
Unidad de medida:	Kilogramos o gramos
Presentación comercial:	Cajas (por mayor) y en fundas (por menor)
Condiciones de almacenamiento y refrigeración:	3°C A 7°C
Días en anaquel	15 a 20 días (bajo condiciones controladas)

Fuente: Mira Fruits (2022)

Tabla 40. Características del aguacate

Características	Descripción
Color:	Características de la variedad, uniforme
Olor:	Característico, libre de olores extraños
Sabor:	Característico, libre de sabores extraños
Forma	Característica de la variedad




Fuente: Mira Fruits (2022)

3.10.2 Competencia a nivel nacional

Según datos proporcionados por PRO ECUADOR y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, dentro del Ecuador existen tres empresas competidoras que actualmente se encuentran exportado aguacate Hass a mercados internacionales, las empresas se encuentran ubicadas en diferentes zonas del país o se manejan por asociaciones de dos o más provincias que se unen para poder cubrir la demanda del mercado extranjero.

A continuación, se detalla de mejor manera las empresas competidoras a nivel nacional

Tabla 41. Empresas competidoras a nivel nacional

Empresa	Provincia	Representante legal	Destino	Precio
Irubí Terra 	San José de Minas (Noroccidente de Quito)	Hermanas: Diana, María José, Gabriela y Daniela Freile	España-Madrid	USD 2,50 el kilo
BDBLogic 	Santa Elena	Javier Dávalos	España-Barcelona	USD 2,30 el kilo
Federación de Fruticultores del Norte del Ecuador (FEDEFRUNOR) 	Imbabura	Marcelo Reinoso	Holanda-Rotterdam	USD 2,60 el kilo

Fuente: Pro Ecuador (2021) y Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020)

3.13. PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

A continuación, se realizó el cálculo de la proyección poblacional del estado de California- Estados Unidos, donde los datos históricos obtenidos permitieron tener una proyección de 5 años futuros con la aplicación de la fórmula de mínimos cuadrados.

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{N}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}$$

$$b = \frac{\sum y}{N} - m \frac{\sum x}{N}$$

$$y = mx + b$$

Tabla 42. Cálculo Proyección Poblacional California- EE. UU

Año	X	Y	X ²	Y ²	XY
2016	1	20.627.237	1	425.482.906.254.169	20.627.237
2017	2	20.977.089	4	440.038.262.913.921	41.954.178
2018	3	21.254.926	9	451.771.879.265.476	63.764.778
2019	4	21.492.056	16	461.908.471.107.136	85.968.224
2020	5	21.733.312	25	472.336.850.489.344	108.666.560
TOTAL	15	106.084.620	55	2.251.538.370.030.050	320.980.977
N	5				

Fuente: Trade Map (2022)

Coefficientes de regresión

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{N}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}$$

$$m = \frac{15 * 106.084.620 - \frac{15 * 320.980.977}{5}}{55 - \frac{15^2}{5}}$$

$$m = \frac{2.727.117}{10}$$

$$m = 272711,7$$

$$b = \frac{\sum y}{N} - m \frac{\sum x}{N}$$

$$b = \frac{106.084.620}{5} - 272711,7 (3)$$

$$b = 20398789$$

Recta de tendencia

$$y = mx + b$$

$$y = 272711,7 (x) + 20398789$$

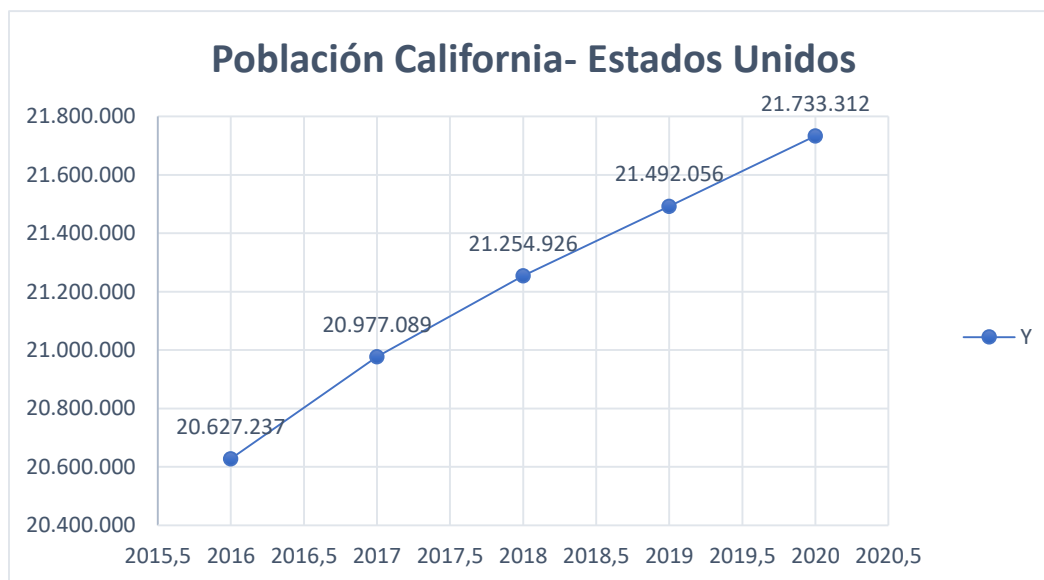


Figura 7. Población California- Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia

Datos pronosticados para la exportación de aguacate Hass a Estados Unidos

Tabla 43. Proyecciones de las exportaciones Estados Unidos

Años (x)	Exportaciones TM
6	22035059
7	22307771
8	22580483
9	22853194

Fuente: Trade Map (2022)

Tabla 44. Proyección y tasa de crecimiento de la población de California

	Año	Población	Tasa de crecimiento
Datos Históricos	2016	20.627.237	
	2017	20.977.089	
	2018	21.254.926	
	2019	21.492.056	
	2020	21.733.312	
	2021	22.035.059	1,15%
Datos Proyectados	2022	22.307.771	
	2023	22.580.483	
	2024	22.853.194	
	2025	23.125.906	

Fuente: Santander Trade (2021)

Según los resultados obtenidos en la tabla anterior, la población del estado de California tendrá una tasa de crecimiento del 1,15%, considerándose un porcentaje favorable para el estudio de caso, ya que entre más alta sea la población la posibilidad de consumo del producto también es mayor, por lo tanto, el mercado meta que en este caso es California es de gran conveniencia para la exportación de aguacate tipo Hass de la empresa Mira Fruits.

3.13.1 Consumo Nacional Aparente

El consumo nacional aparente se refiere a la cantidad que el mercado requiere de un producto en específico para satisfacer sus necesidades.

A continuación, se muestra la fórmula para el cálculo del CNA la misma que ayudara a determinar la demanda nacional de aguacate Hass en Estados Unidos.

$$CNA = (PN + M) - X$$

Donde:

CNA= Consumo Nacional Aparente

PN= Producción Nacional

M= Importaciones

X= Exportaciones

Tabla 45. Consumo nacional aparente de Aguacate Hass

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones Tn (+)	Exportaciones Tn (-)	Consumo Nacional Aparente	
				Toneladas	Kilogramos
2016	85.360	817.053	53.350	849.063	849.063.000
2017	81.482	837.361	50.926	867.917	867.916.600
2018	109.656	966.774	68.535	1.007.895	1.007.895.000
2019	94.955	1.029.894	59.347	1.065.502	1.065.502.200
2020	107.104	1.037.482	66.940	1.077.646	1.077.646.000
2021	112.800	1.127.730	70.500	1.170.030	1.170.030.040
2022	118.496	1.191.069	74.060	1.235.505	1.235.505.200
2023	124.192	1.254.408	77.620	1.300.980	1.300.980.360
2024	129.888	1.317.747	81.180	1.366.456	1.366.455.520
2025	135.584	1.381.087	84.740	1.431.931	1.431.930.680

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla se tomó datos históricos de la producción nacional, importaciones y exportaciones que Estados Unidos realiza a nivel mundial para determinar el Consumo Nacional Aparente, además esos datos históricos sirvieron para realizar proyecciones de datos.

Adicionalmente, se observa que el producto de exportación, en este caso aguacate Hass para años futuros tendrá un incremento del CNA, por tanto, se convierte en una oportunidad para la empresa Mira Fruits de considerar la exportación a Estados Unidos.

3.13.2. Demanda insatisfecha

Tabla 46. Cálculo de la Demanda insatisfecha Internacional.

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)	% Cobertura
2016	85.360.000	817.053.000	53.350.000	849.063.000	323.100.000	2,63	4,50	1,87	0,00000%
2017	81.481.600	837.361.000	50.926.000	867.916.600	325.100.000	2,67	4,50	1,83	0,00000%
2018	109.656.000	966.774.000	68.535.000	1.007.895.000	327.200.000	3,08	4,50	1,42	0,00000%
2019	94.955.200	1.029.894.000	59.347.000	1.065.502.200	330.300.000	3,23	4,50	1,27	0,00047%
2020	107.104.000	1.037.482.000	66.940.000	1.077.646.000	332.600.000	3,24	4,50	1,26	0,00186%
2021	112.799.840	1.127.730.100	70.499.900	1.170.030.040	335.000.000	3,49	4,50	1,01	0,00128%
2022	118.496.000	1.191.069.200	74.060.000	1.235.505.200	338.133.333	3,65	4,50	0,85	0,00202%
2023	124.192.160	1.254.408.300	77.620.100	1.300.980.360	340.833.333	3,82	4,50	0,68	0,00231%
2024	129.888.320	1.317.747.400	81.180.200	1.366.455.520	343.533.333	3,98	4,50	0,52	0,00238%
2025	135.584.480	1.381.086.500	84.740.300	1.431.930.680	346.233.333	4,14	4,50	0,36	0,00279%

Fuente: Trade Map (2022), Healthy Eating Index (2021), Santander Trade (2022)

La demanda insatisfecha es aquella que no ha podido ser abastecida, pero puede satisfacer una cobertura total o parcial.

El consumo per cápita se refiere a la cantidad de lo que un estadounidense consume de aguacate, en este caso se hace proyecciones desde el año 2016 hasta el año 2025 por lo que va aumentando constantemente cada año, pero este consumo no debe excederse de consumo recomendado de 4,50 kilogramos al año.

Según Healthy Eating Index (Índice de Alimentación Saludable) el consumo recomendado es de 2 porciones de aguacate por semana dando un promedio de 4,5%; es decir, este porcentaje es un máximo de lo que una persona puede consumir de aguacate ya es una grasa natural pero tampoco se debe consumir en exceso.

Existe una demanda insatisfecha ya que como se puede observar existe un déficit de consumo, si por el contrario existiera un superávit en el consumo se dice que se vende más de lo que el país necesita.

Para obtener el déficit de consumo, al consumo recomendado se le resta el consumo per cápita, el déficit de consumo se refiere a la cantidad que el consumidor aún puede ingerir y como se muestra en la tabla este va disminuyendo cada año a medida que se vaya abasteciendo a la demanda insatisfecha, pues con el pasar de los años por lo que quizá para el año 2026 o 2027 se debería buscar otro mercado ya que hasta esa fecha se podrá abastecer a toda la demanda insatisfecha del estado de California.

3.14 ESTUDIO TÉCNICO

3.14.1 Localización de la empresa

3.14.1.1. Macro localización

La macro localización permitió conocer el lugar externo donde se encuentra ubicada la empresa Mira Fruits la cual se dedicada al empaque y exportación de frutas frescas tropicales y exóticas, pertenece a un grupo de empresas de España, se encuentra ubicada en la provincia del Carchi al norte del Ecuador, en el cantón Mira.

Ubicación en el Ecuador



Figura 8. Macro localización en el Ecuador

Fuente: INEC (2020)

Ubicación en la provincia del Carchi



Figura 9. Macro localización provincia del Carchi

Fuente: enciclopediadelecuador (2018)

3.14.1.2. Micro Localización

La micro localización permitió conocer el lugar exacto donde se encuentra ubicada la empresa Mira Fruits, especificando que se encuentra en la comunidad de las Parcelas a pocos metros de la Panamericana Norte.

Ubicación:

- Provincia: Carchi

- Cantón: Mira
- Comunidad: Las Parcelas

Comunidad Las Parcelas



Figura 10. Micro Localización comunidad

Fuente: Google Maps

Empresa Mira Fruits





Figura 11. Micro localización empresa

Fuente: Mira Fruits

3.14.2 Maquinaria y equipos

Para el empaque de aguacate se debe utilizar algunas herramientas con el respectivo buen manejo para que el producto final sea de calidad y se encuentre en buen estado.

Tabla 47. Maquinarias y equipos

Maquinaria	Descripción
<p>Máquina con bandas transportadoras</p> 	<p>Una vez vaciada la fruta, lo recibe la máquina con bandas transportadoras la cual actúa como un filtro para quitar algún desecho, pues al girar sus rodillos las pequeñas hojas ramas caen, dejando únicamente la fruta. Esta máquina entrega un producto sin basura a la siguiente máquina.</p>
<p>Maquina cepilladora</p> 	<p>Después de recibir la fruta en buen estado la máquina cepilladora se encarga de lavarla y secarla y darle una buena presentación.</p> <p>Cuando la fruta entra al interior de la maquina unos aspersores se encargan de lavarla y una vez lavada es secada por unos ventiladores.</p>

Cuartos fríos



Una vez limpiado la fruta y paletizado, se lleva la fruta a los cuartos fríos para mantenerlas en la temperatura adecuada para mayor tiempo de conservación y evita que puedan reproducirse bacterias.

Equipos de medición de materia seca



Este equipo permite medir la materia seca y la madurez del aguacate, mide de manera precisa y no destructiva, entre más se lo utilice la información proporcionada es más precisa.

Balanza industrial



Es una herramienta que permite determinar el peso del aguacate y con ello determinar el calibre para su posterior clasificación, ayudando a optimizar procesos de empaque y clasificación.

Mesa de acero y termómetro digital



Es un dispositivo que sirve para medir la temperatura de la fruta para su refrigeración.

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.3. Organización empresarial

3.14.3.1. Descripción de la empresa

- **Nombre de la empresa:** Mira Fruits
- **Representante Legal:** Andrés Reina
- **Teléfono:** 0985440005/ 09851344778
- **RUC:** 1091781286001
- **Dirección:** Mira- Las Parcelas
- **Correo electrónico:** export@mirafruits.com



EMPAACADO Y EXPORTACIÓN DE AGUACATE

Figura 12. Logotipo de la empresa

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.3.2. Organigrama estructural

La empresa Mira Fruits se encuentra legalmente constituida desde marzo del 2019 dentro de la Superintendencia de Compañías. A continuación, se presenta el organigrama jerárquico donde se establece los cargos y la dependencia de los puestos que forman la empresa para que las actividades se desarrollen de la mejor manera.



Fuente: Mira Fruits (2022)

Requerimiento mano de obra

Tabla 48. Mano de obra

Nº	NOMBRE DEL PUESTO	NÚMERO DE TRABAJADORES
Colaboradores directos		
1	Propietario de la empresa	1
2	Gerente General	1
3	Administrativo financiero	1
4	Personal de campo	8
5	Ingeniero de calidad	1
6	Jefe de Producción	1
7	Agente comercial	1
	Equipo de clasificación	2
Colabores indirectos		
8	Transporte del producto	3
9	Papeleo en puerto	1

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4. Manual de funciones

A continuación, se detalló de mejor manera las funciones o responsabilidades de los diferentes cargos, el objetivo principal y la dependencia de los diferentes pestos de acuerdo al organigrama jerárquico propuesto anteriormente.

3.14.4.1 Gerente General

Tabla 49. Manual de funciones Gerente General

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Gerente General
Dependencia	Propietario
Objetivo principal:	Asegurar el funcionamiento óptimo de todos los departamentos de la empresa, encaminando todos los esfuerzos para generar mayor volumen de exportaciones.
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">Control de cumplimiento diario de las funciones.

- Dirigir y representar en forma administrativa, comercial y legal a la empresa.
- Realizar la administración global de las actividades de la empresa.
- Participar en reuniones con el directorio, ministros, cámaras y demás instituciones públicas o privadas.
- Contratación de personal.
- Autorizar permisos y descansos de acuerdo con los reglamentos.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos propuestos.

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4.2 Administrativo financiero

Tabla 50. Manual de funciones administrativo financiero

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Administrativo financiero
Dependencia	Gerencia
Objetivo principal:	Brindar apoyo a los departamentos de recurso humanos, logísticos e información contable en forma oportuna y adecuada, concordancia con las disposiciones legales.
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer a la gerencia general un plan anual de adquisiciones de bienes materiales y de servicios. • Supervisa el presupuesto anual • Dirige y controlar los procesos de abastecimiento de bienes. • Supervisar el manejo contable y financiero. • Disponer la ejecución de inventarios físicos de los bienes y materiales.

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4.3. Ingeniero de calidad

Tabla 51. Manual de funciones ingeniero de calidad

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Ingeniero de calidad
Dependencia	Gerencia
Objetivo principal:	

Funciones o Responsabilidades:	<p>Son los responsables de identificar los problemas técnicos y por tal razón llegar a la causa del problema. Además, buscan soluciones que mejoren la durabilidad y el rendimiento del producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Garantizar que se cumpla las especificaciones del cliente. ● Elaborar acuerdos de calidad ● Evaluar muestras del producto para ver si cumplen con la calidad requerida. ● Controlar y preservar los equipos de control de seguimiento y medición. ● Capacitar a los nuevos proveedores en aspectos de calidad. ● Controlar el producto no conforme ● Coordinar el proceso de producción del producto en cuanto a características cualitativas y cuantitativas.
--------------------------------	--

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4.4. Jefe de producción

Tabla 52. Área de producción

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Área de producción
Dependencia	Gerencia
Objetivo principal:	Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel de gestión del personal como cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad.
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestionar y supervisar al personal a su cargo. ● Organizar y planificar la producción de la empresa. ● Coordinar con las diferentes áreas de gerencia, finanzas y de ventas. ● Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción. ● Alizar cobertura de producción

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4.5. Personal de campo

Tabla 53. Manual de funciones personal de campo

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Personal de campo
Dependencia	Jefe de producción
Objetivo principal:	Cosecha de los productos en la finca donde se encuentran los frutos, una vez que el ingeniero de calidad haya tomado muestras y aceptada la fruta como óptima para llevar a la empacadora.
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">● Recolección de las frutas cuando ya se encuentran en la madurez adecuada.● Proporcionan información de las cajas recolectadas.● Informan cualquier anomalía presentada en la cosecha del producto.● Transportan los productos hasta las cámaras frigoríficas de la empresa.

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4.6. Grupo de clasificadores

Tabla 54. Manual de funciones grupo de clasificadores

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Grupo de clasificadores
Dependencia	Jefe de producción
Objetivo principal:	Realizar las operaciones de clasificación para empacado
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">● Coordinar aspectos operativos de empacado y calidad del producto.● Supervisar el adecuado uso de materiales y equipos.● Llevar un control y registro por turno de los rendimientos e incidencias de situaciones anormales de los trabajadores.● Verificación del encajado en presentaciones de alto y bajo peso.● Llevar el control de existencias de frutos empacados y lo que se encuentran en línea.● Ejecutar el cumplimiento del programa de limpieza del área a cargo.

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.4.7. Agente comercial

Tabla 55. Manual de funciones agente comercial

DENOMINACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Agente comercial
Dependencia	Departamento de ventas
Objetivo principal:	Es la persona responsable las actividades de comercialización y venta de productos, actuando como intermediario entre Mira Fruits y la empresa importadora.
Funciones o Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">● Busca clientes y compradores potenciales● Brindar servicio a clientes nuevos, trabaja con operaciones y realiza la atención al cliente.● Realizar ventas por medio del comercio electrónico● Investigar los problemas, quejas, reclamos y desarrollar soluciones mediante informes y recomendaciones.● cumplir con los clientes estableciendo el presupuesto, acuerdos de pago y fechas estimadas de entrega.● Elaborar informes sobre las operaciones de ventas realizadas

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.5. Imagen Empresarial

3.14.5.1. Misión

“MIRA FRUITS CIA. LTD somos un grupo de empresas de España con una gran tradición en la distribución de productos de alimentación en su variedad Gourmet y Ecológicos, además de la pasión que sentimos por las Frutas Exóticas” (Mirafruits , 2022).

3.14.5.2. Visión

“Nuestro proyecto está basado principalmente en la cooperación, la asistencia técnica y el control de calidad junto con los productores, para que uniendo experiencia, excelencia y trabajo podamos hacer llegar a nuestros clientes las mejores frutas de esta zona tan productiva y que cuenta con gran potencial de desarrollo en materia de agricultura” (Mirafruits , 2022).

3.14.5.3. Objetivos de la empresa

A continuación, se presentan los objetivos que la empresa Mira Fruits se ha planteado con la finalidad de llevar un mejor ambiente entre todos quienes forman la empresa.

- **Responsabilidad:** Cumplimos con protocolos de calidad, seguridad y ambiental.
- **Calidad:** Exportamos fruta fresca con la más alta calidad del mercado.
- **Cumplimiento:** Compromiso que llegue al empaque en buenas condiciones y a tiempo.
- **Honestidad:** hablar con la verdad y actuar con honradez y transparencia. (Mirafruits , 2022)

3.14.6. Matriz FODA

El acrónimo FODA pertenece (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), da a conocer el entorno interno (Fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas) en que una empresa posee.

Estos factores permiten hacer un análisis de los puntos fuertes que posee la empresa y los aspectos en lo que debe mejorar para lograr un mejor desempeño; así como también los puntos favorables en el marco externo que ayudan a lograr mayor competitividad en el mercado internacional pero también los puntos que limitan esta externalidad.

De esta manera se puede tomar mejores decisiones en torno al FODA que la empresa logre obtener.

F	Fortalezas	D	Debilidades
1	Crecimiento en la producción.	1	Dependencia de productores para abastecimiento del producto
2	Condiciones favorables del clima y suelo.		
3	Disponibilidad de maquinaria para empaquetado.	2	Escasa disponibilidad de producción al año.
		3	Producción únicamente por temporadas.
4	Certificaciones Internacionales	4	Escases de destinos de exportación
5	Alto contenido nutricional	5	Producción tardía de 3 a 4 años.
O	Oportunidades	A	Amenazas

1	Alta demanda de parte de Estados Unidos.	1	Creciente competencia por parte de México, Perú y Colombia
2	Autorización de Estados Unidos para importación de aguacate ecuatoriano.	2	Precios de mercados muy competitivos.
3	Aumento del consumo de productos orgánicos	3	Barreras al comercio internacional
4	Baja competencia nacional		
5	Arancel de importación impuesto por Estados Unidos bajo.		

Fuente: Elaboración propia

3.14.6.1. Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Una vez realizada la matriz FODA, se procedió a calificar la importancia de las fortalezas y debilidades que son factores internos, los cuales influyen en el desempeño de la empresa.

Para ello primero se enlistaron las fortalezas y luego las debilidades, luego se realiza una ponderación de acuerdo al grado de importancia de los factores. A continuación, se pone calificación entre 1 y 4, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante.

Después se efectuó la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente para determinar la puntuación ponderada de cada factor.

Tabla 56. Matriz MEFI

Factores internos (EFI)				
	FORTALEZAS	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1	Crecimiento en la producción.	10%	4	0,4
2	Condiciones favorables del clima y suelo	20%	4	0,8
3	Disponibilidad de maquinaria para empaquetado.	10%	4	0,4
4	Certificaciones internacionales	5%	3	0,15
5	Alto contenido nutricional	5%	3	0,15

Subtotal Fortalezas				1,90
DEBILIDADES	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada	
1	Dependencia de productores para abastecimiento del producto	20%	2	0,4
2	Escasa disponibilidad de producción al año.	5%	1	0,05
3	Producción únicamente por temporadas	10%	2	0,2
4	Escases de destinos de exportación	10%	1	0,1
5	Producción tardía de 3 a 4 años.	5%	1	0,05
Subtotal Debilidades				0,80
TOTAL		100%	2,70	

Fuente: Elaboración propia

Lo más importante de la matriz de evaluación de los factores internos (MEFI), es comparar el peso ponderado total que tienen las fortalezas contra el peso ponderado de las debilidades, en este caso el valor de las fortalezas es de 1,90 y el total de las debilidades es de 0,80; es decir, que las fortalezas que presenta Mira Fruits son muy favorables para la empresa y estos factores ayudan a ser más competitivos para el mercado.

3.14.6.2. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

A diferencia de la MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) la MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) se basa en la calificación de las oportunidades y amenazas. Para realizar la matriz se sigue los siguientes pasos:

1. Hacer una lista de las oportunidades y amenazas externas de la empresa
2. Se asigna una ponderación, considerando la importancia de los factores las oportunidades deben alcanzar un total del 50% al igual que las amenazas para completar el 100%.
3. Se asigna una calificación de 1 a 4 cada uno de los factores enlistados
4. Se multiplica la ponderación por la calificación para obtener una puntuación ponderada y sumar para conocer el total.

Tabla 57. Matriz MEFE

Factores externos (EFE)			
OPORTUNIDADES	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1 Alta demanda de parte de Estados Unidos.	10%	4	0,4
2 Autorización de Estados Unidos para importación de aguacate ecuatoriano	20%	4	0,8
3 Aumento del consumo de productos orgánicos	5%	3	0,15
4 Baja competencia nacional	5%	3	0,15
5 Arancel de importación impuesto por Estados Unidos bajo	10%	4	0,4
Subtotal Oportunidades			1,9
AMENAZAS	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1 Creciente competencia por parte de México, Perú y Colombia	30%	2	0,6
2 Precios de mercados muy competitivos.	10%	2	0,2
3 Barreras al comercio internacional.	10%	2	0,2
Subtotal Amenazas			1,0
TOTAL		100%	2,9

Fuente: Elaboración propia

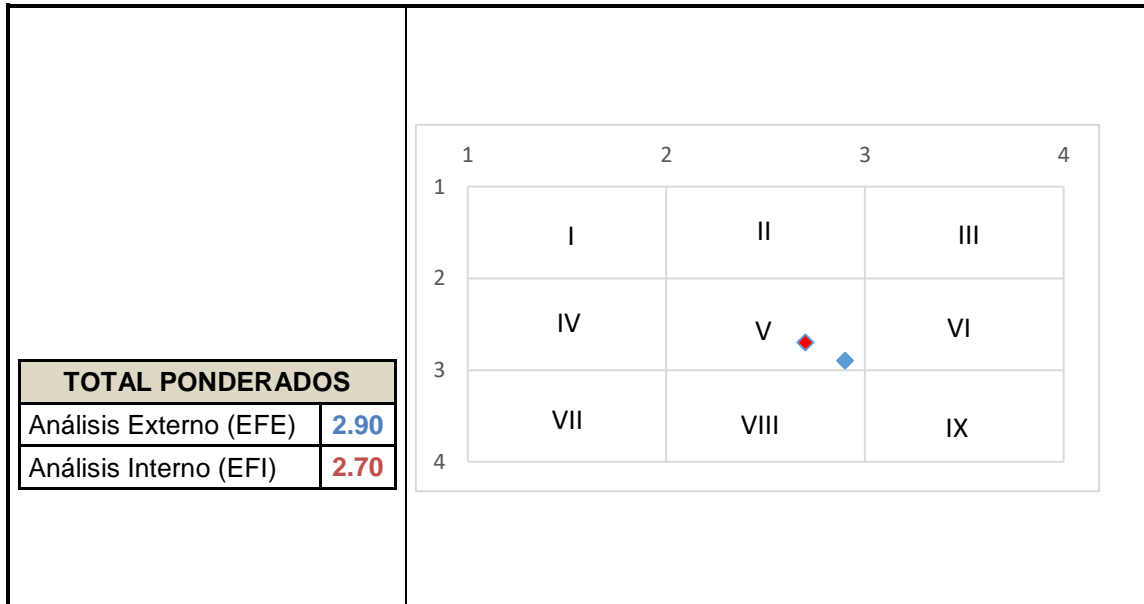
Los resultados que muestran la matriz fueron de 1,90 para las oportunidades y un total de 1,0 para las amenazas; es decir, que el ambiente externo es favorable para la empresa ya que gracias a esto la empresa puede obtener ventaja para entrar al mercado estadounidense.

3.14.6.3. Matriz resultante

Una vez obtenido los resultados de la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) y Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), se procede a evaluar las ponderaciones finales en la matriz final y dependiendo el cuadrante en que se ubique los resultados se puede determinar las estrategias en que se encuentra la empresa y por lo tanto conocer qué factores mejorar para llegar a ser más competitivo en el mercado.

ESTRATEGIAS	CELDA
Para crecer y construir.	I, II y IV
Para conservar y mantener.	III, V y VII
Para cosechar o enajenar.	VI, VIII y IX

Tabla 58. Matriz Resultante MEFE y MEFI



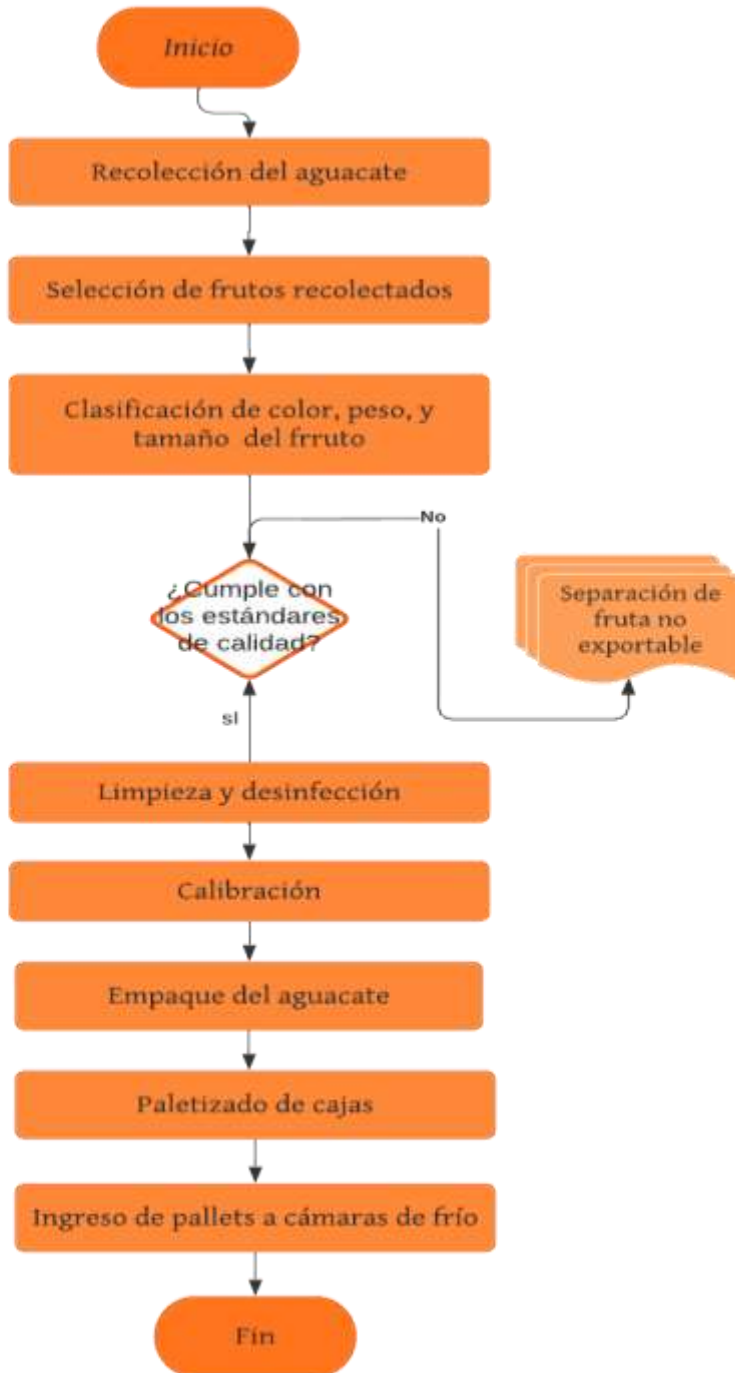
Fuente: Elaboración propia

La matriz resultante del análisis externo e interno de la empresa Mira Fruits se ubica en el cuadrante V, lo cual representa que posee estrategias para conservar y mantener; es decir en un estado neutro; sin embargo, para alcanzar mayor competitividad es importante que los productores que abastecen la empresa inviertan en la producción del producto para mejorar la calidad del mismo y poder abastecer al mercado estadounidense.

Además, es importante aprovechar las oportunidades que el mercado meta ofrece para acceder al mismo.

3.14.7. Diagrama de procesos

A continuación, se presenta un flujograma del proceso de producción que Mira Fruits realiza para obtener el producto final y hacer sus exportaciones a mercados internacionales.



Fuente: Elaboración propia

Recolección del aguacate: Una vez que al tomarse las pruebas respectivas para comprobar la calidad del producto y el aguacate se encuentra en la maduración correcta se hace la respectiva recolección desde los establecimientos de los proveedores del producto hasta la planta empacadora. La recolección se realiza a mano utilizando una escalera, el corte se hace por encima del pedúnculo del aguacate.

Selección de frutos recolectados: Los aguacates recolectados se seleccionan para separar aquellos que no presentan condiciones para su posterior comercialización como por ejemplo se rechaza el fruto cuando este presenta daños por insolación, rozamiento contra el suelo, enfermedades de post-cosecha, manchas en la epidermis, gran porcentaje de materia seca, pudrición de pedúnculo y manchas en la comida del fruto por estrés hídrico.

Clasificación de color, peso y tamaño del fruto: La clasificación permite dividir el fruto en dos categorías:

Categoría I: Los aguacates deberán ser de buena calidad y presentar la forma y coloración característica de la variedad. No deberán presentar defectos a excepción de muy ligeras alteraciones superficiales de la epidermis, siempre y cuando no afecten al aspecto general de producto, a su calidad, a su conservación, a su presentación en el empaque.

Categoría II: Los aguacates deberán ser de buena calidad y presentar la forma y coloración característica de la variedad. No obstante, podrán presentarse los siguientes defectos:

- Defectos de forma y coloración leves
- Defectos de la epidermis como formación acorchada, lenticelas ya cicatrizadas, quemaduras del sol que acumulen una superficie máxima total del fruto de unos 4cm².

Limpieza y desinfección: Una vez seleccionado los aguacates por categorías se realiza el lavado y desinfección de la fruta con agua potable, dentro de este paso es importante el correcto manejo de las cantidades suficientes para evitar lesiones o daños ocasionados por hongos.

Calibración: El aguacate se pesa por calibración

Especificaciones del calibre:

Tabla 59. Calibración de aguacate Hass

Calibre	Peso min/ Peso max
12	306g- 365g
14	266g- 305g
16	236g- 265g
18	211g- 235
20	191g- 210g
22	171g- 190g
24	156g- 170g
26	146g- 155g
28	136g- 145g
30	126g- 135g
32	100g- 125g

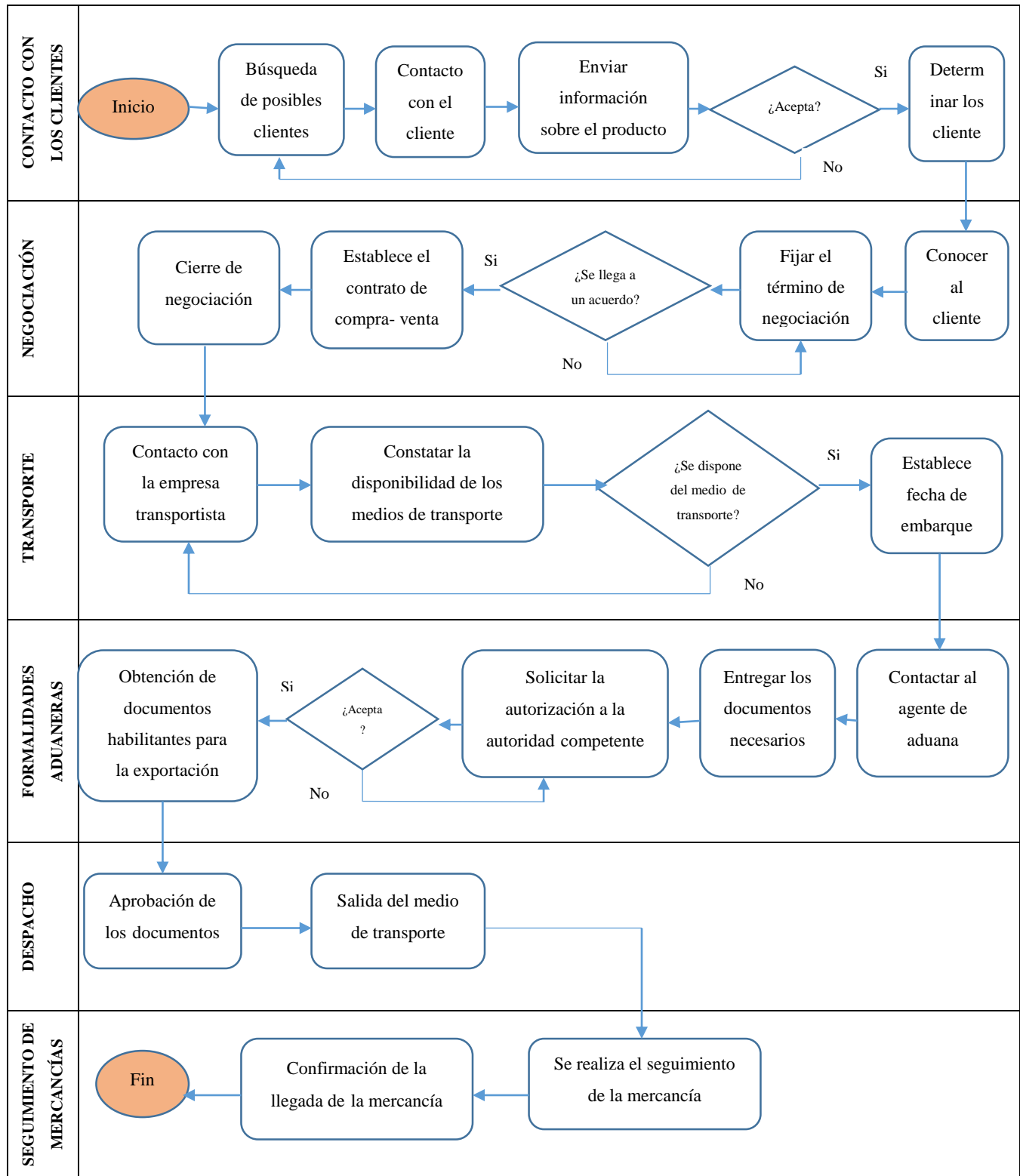
Fuente: Mira Fruits (2022)

Empaquetado de aguacate: El empaque, permite acomodar dentro de un conjunto de protecciones las unidades de aguacates de forma que en el traslado los frutos no puedan sufrir daños, garantizando un producto sano e íntegro al consumidor final y así mismo pueda aumentar la demanda del producto al haber cumplido con los estándares del cliente final.

Paletizado: Una vez empacadas las gavetas se colocan en pallets sanitizados donde caben 96 gavetas por pallet.

Ingreso de pellets a cámaras de frío: Para que el producto se mantenga en las condiciones adecuadas de temperatura, una vez paletizadas las gavetas, estas son llevadas a los cuartos fríos que la empresa posee, donde se mantienen a una temperatura de 4 a 6°C hasta poder cubrir los pallets que caben en el contenedor y así avanzar en el transporte.

3.14.8. Comercialización Internacional



Fuente: Elaboración propia

3.14.9. Empaque y rotulado

3.14.9.1 Empaque

El embalaje va más orientado a la protección del producto durante el transporte logístico, no necesariamente debe ser una caja, también el embalaje puede ser el plástico que ponemos alrededor de un producto envasado o empaquetado. Además, asegura que al transportar el producto no se dañe ni entre en contacto con el exterior para mantenerse limpio o fresco en caso de que sea un alimento. El empaque está orientado al marketing y si bien, su objetivo es proteger el producto que lleva dentro, el principal objetivo es vender. (Ibañez, 2020)

Para la exportación de aguacate, Mira Fruits se consideró como empaque gavetas plásticas de 10 kilos que es medida con la empresa específica, con un fondo y paredes perforadas en rombo. Las medidas externas de las gavetas plásticas son de 15 cm alto * 50 cm largo * 30 cm ancho.



Figura 13. Gavetas plásticas

Fuente: Mira Fruits (2022)



Figura 14. Adecuación del producto en empaque

Fuente: El universo (2022)

- **Material de embalaje:** gavetas plásticas
- **Medidas del embalaje:** 15cm alto * 50cm largo * 30cm ancho
- **Capacidad:** De 35 aguacates de calibre 16

Los empaques deben estar limpios y compuestos por materiales que no causen alteraciones al producto y para evitar daños por rozamiento se utiliza una capa amortiguadora en la base.

3.14.9.2. Rotulado

“Es la información presentada en los productos alimentarios y resulta uno de los medios más importantes y directos para transmitir información al consumidor sobre importador, exportador, identificación de origen, peso, etc”. (FAO, 2022)

La empresa Mira Fruits utiliza el siguiente rotulado en los empaques para la exportación de aguacate, tratando de detallar de mejor manera la procedencia y destino del producto de tal manera que quede claro que la información es veraz y el producto es legal.



Figura 15. Rotulado de empaque

Fuente: Mira Fruits (2022)

Reglas del etiquetado para exportación a Estados Unidos

Según (Contreras, 2015) La información comercial indicada en la etiqueta de los empaques que contienen el aguacate, debe ser veraz y describirse de tal forma que no introduzca error, respecto a la naturaleza y características del producto, con características legibles e indelebles (que no puede ser borrado), en idioma español sin perjuicio de presentarse además en otros idiomas y debe contener los siguientes datos:

- Nombre o razón social y domicilio del productor o emparador y, en su caso del importador.
- Nombre genérico del producto “aguacate” y variedad del producto
- Grado de clasificación
- Fecha de empaque

- Contenido promedio en kilogramos, pudiéndose expresar además en otras unidades
- Nombre del país y región de origen
- Certificaciones

3.14.9.3. Trinca

Se conoce como trinca a la protección adicional al producto, lo cual permite que una vez unitarizada la mercancía, esta no se estropee y mantenga fijación; esta ayudará a cualquier operación de traslado evitando desastres o accidentes.



Figura 16. Zunchos plásticos

Fuente: Mira Fruits (2022)

Para mayor protección del producto en Mira Fruits se utiliza zunchos plásticos que sirven para amarrar las gavetas unitarizadas, estos zunchos ayudan a mantener fijación y evitar accidentes a la mercancía.

3.14.10. Medio de transporte

El medio de transporte que se utilizará para la exportación de aguacate Hass con destino a Estados Unidos será por vía marítima debido a que es el medio más seguro, barato en costos en comparación al aéreo, posee mayor capacidad para transportar y es más accesible en cuanto a la ubicación de destino. En este caso al ser un producto perecible se requiere que el ambiente se mantenga en refrigeración por lo que es más factible transportar el producto en contenedor Reefer a una temperatura de 4°C- 6°C.

El contenedor de 40 pies tiene la capacidad máxima de 27 toneladas y puede albergar hasta 20 pallets; además para la exportación se utilizará pallet europeo a fin de un mejor aprovechamiento del espacio.

El puerto considerado para la exportación del producto fue el Puerto de los Ángeles ubicado en California- Estados Unidos en el Barrio de San Pedro, localizado aproximadamente a 30 km del sur del centro de los Ángeles, también conocido como La Bahía de San Pedro o Puerto Mundial; además, es una de las más importantes puertas de entrada de mercancías de toda América y es considerado como la capital de los cruceros y su ubicación permite el ingreso de entrada de mercancías provenientes de América Latina y el Caribe.

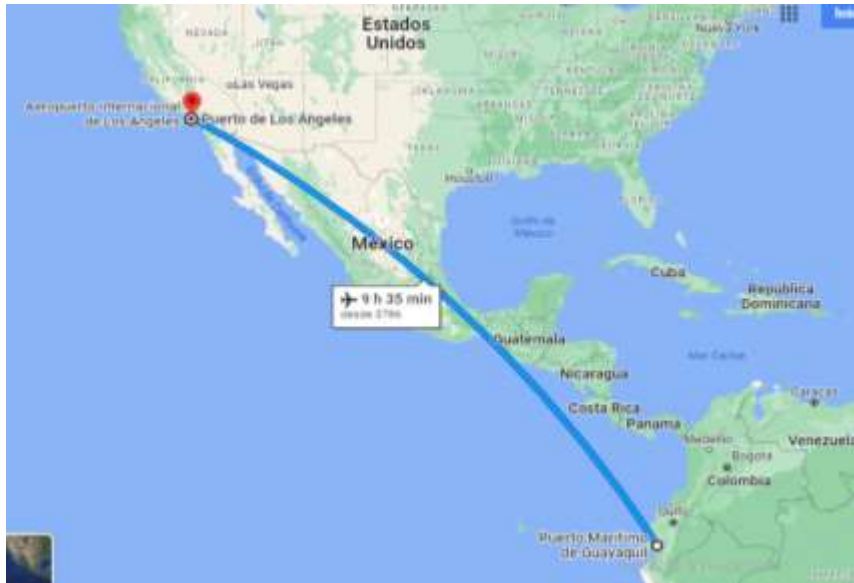


Figura 17. Rutas transporte internacional

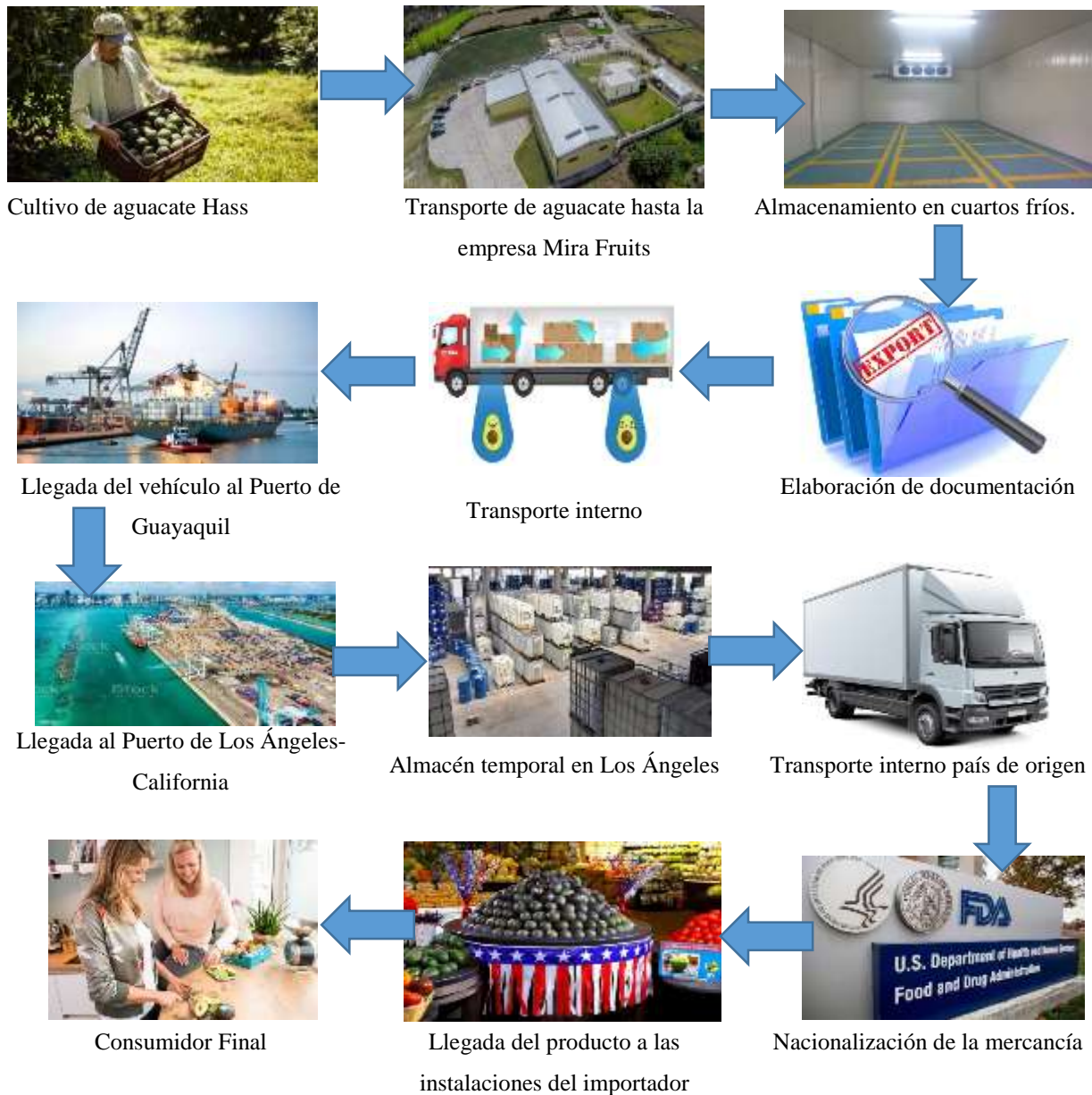
Fuente: Google Maps (2022)

De acuerdo a la página de connect americas el tiempo que transcurre el traslado del producto desde el Puerto de Guayaquil en Ecuador hasta el puerto de Los Ángeles en Estados Unidos es de 18 días en contenedor refrigerado, con un costo que oscila los \$ 6390.

3.14.11. Logística Internacional

El proceso logístico son las operaciones que la empresa Mira Fruits desarrolla desde la obtención de la materia prima hasta su distribución en mercados internacionales, en este caso el mercado de Estados Unidos- California, este proceso ayudó a planificar y coordinar las tareas que se debieron cumplir en cada paso de la cadena de suministros y así el producto pudo llegar con las mejores condiciones posibles a su destino y cumpliendo con la regla de oro Just in Time.

Tabla 60. Logística Internacional



Fuente: Mira Fruits (2022)

El plan logístico de Mira Fruits empieza desde la obtención del producto a través de los productores los cuales se encuentran ubicados en las provincias del Carchi, Imbabura y Pichincha, desde donde una vez cosechado el aguacate, este es transportado hasta la planta empacadora donde se inicia el proceso de selección, clasificación, limpieza y desinfección de las frutas; además se realiza el empaque y etiquetado del producto.

Una vez unitarizada la mercancía, los pallets son llevados a las cámaras de frío con las que Mira Fruits cuenta para que puedan ser conservados a la temperatura adecuada hasta completar los pallets que cubran el contenedor. Después se procede a gestionar los documentos necesarios para la exportación y se contrata un transporte interno que va desde Mira Fruits hasta el puerto de Guayaquil y luego se contrata el transporte marítimo que llega hasta el puerto de Los Ángeles en Estados Unidos que es el país de destino de la exportación.

Cuando la mercancía llega al Puerto los Ángeles- California, esta permaneció en un almacén temporal hasta que se realiza la respectiva nacionalización de las mismas y luego poder distribuir legalmente el producto y así se llegó hasta el consumidor final.

3.14.12. Canal de distribución

Para poder llegar al consumidor final es necesario determinar correctamente el tipo de distribución que se va a tomar. A continuación, se presenta los diferentes tipos de canales de distribución.

Tabla 61. Canales de distribución

TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	
Fabricante- consumidor	Este tipo de canal de distribución no cuenta con intermediarios, se realiza de forma directa entre fabricante con el consumidor, por lo que el fabricante o productor debe encargarse de todo el proceso de comercialización internacional.
Fabricante- Minorista- Consumidores	Este tipo de distribución cuenta con un intermediario que son los detallistas o minoristas los cuales ayudan a llegar el producto al consumidor final.
Fabricante- Mayoristas- Minorista- Consumidores	Este canal de distribución cuenta con dos intermediarios como son el mayorista y el minorista o detallista y así ayudan al productor a que su producto pueda llegar al consumidor final.

Fuente: promonegocios (2022)

Considerando la tabla anterior, para la exportación de aguacate Hass, el canal de distribución más adecuado fue el de mayorista, es decir del productor al mayorista de este al minorista y finalmente se llegó al consumidor final.

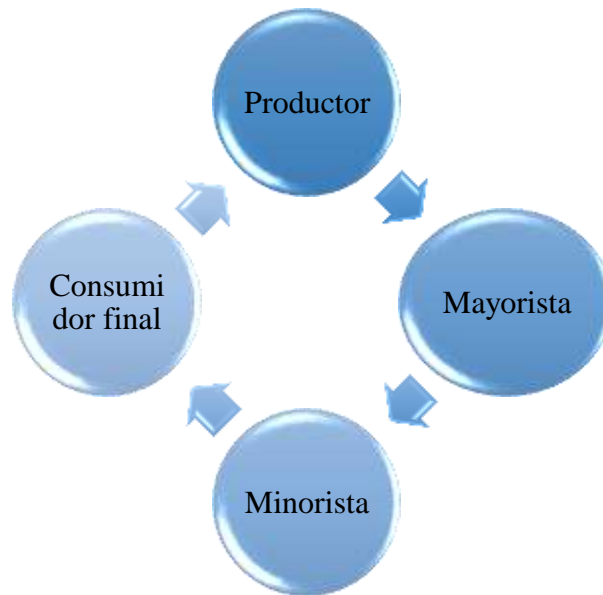


Figura 18. Canales de distribución





Fuente: acavir (2020)

A continuación, se va a detallar de mejor manera el canal de distribución que la empresa Mira Fruits tomó para que su producto llegue el consumidor final.

Es importante mencionar que como ya se analizó anteriormente, la empresa realizó exportación indirecta debido a su escasez de experiencia en mercados internacionales pues se necesitó de intermediarios para que los riesgos de la empresa se reduzcan y así se llegó al consumidor final.

Primero Mira Fruits hace la venta a un mayorista en California. Estados Unidos, la empacadora Del rey avocado Company, posteriormente se distribuye el producto a minoristas seleccionados y a la escala que los clientes necesitan, supermercados, tiendas, restaurantes, etc, los cuales finalmente se llegaron con el producto al consumidor final.

Tabla 62. Canal de distribución empresa Mira Fruits

	Canal de distribución	Detalle
Productor		<p>El canal de distribución empieza desde el productor en este caso la empresa Mira Fruits, la cual exporta el producto hacia el mercado estadounidense en el estado de California</p>
Mayoristas		<p>En segundo lugar, se encuentran los mayoristas, que en este caso fue una empresa importadora de aguacate en California- Estados Unidos con el nombre Del Rey Avocado Company</p>
Minoristas		<p>Como minoristas dentro del canal de distribución para la comercialización de aguacate son los supermercados, restaurantes, tiendas de cosméticos que compren aguacate para realizar sus derivados o tiendas de frutas y verduras.</p>
Consumidor Final		<p>Dentro del último eslabón del canal de distribución se encuentra el consumidor final que fue el que hizo uso del producto en este caso el aguacate.</p>

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.14.13. Cubicaje

3.14.13.1. Cálculo del cubicaje de la mercancía

Con la finalidad de utilizar el máximo espacio del transporte y disminuir costos, se procedió a realizar el cálculo del cubicaje, el cual ayudó adecuar de mejor forma posible la mercancía en el contenedor.



Figura 19. Dimensiones gaveta

Fuente: Mira Fruits (2022)

Total aguacates en una caja: 35 aguacates Hass calibre 16

Peso gaveta: 0,50 gr

Peso aguacate: 0,27 kilos

Vista superior de pallet



Figura 20. Vista superior pallet

Fuente: Elaboración propia

Vista estibas



Figura 21. Vista apilamiento en pallets

Fuente: Mira Fruits (2022)

Cantidad gavetas a lo largo: 120 cm de largo pallet/ 30 cm ancho gavetas: 4 gavetas a lo largo.

Cantidad gavetas a lo ancho: 100 cm de ancho pallet/ 50 cm de largo gaveta: 2 gavetas a lo ancho.

Apilamiento: 12 gavetas de arrume

15 cm alto gaveta* 12 gavetas de apilamiento: 180 cm + 15 cm alto pallet: 195 cm

Total gavetas en un pallet: 4 gavetas a lo largo * 2 gavetas a lo ancho: 8 gavetas de base

8 gavetas de base * 12 cajas de apilamiento: 96 gavetas en un pallet

Peso pallet: 25 kilos

Para la acomodación de las gavetas en un pallet se ubican 4 gavetas a lo largo del pallet y 2 cajas a lo ancho del pallet, escogiendo el pallet europeo para aprovechar de mejor manera el espacio, el cual tiene una dimensión de 120 cm de largo, 100 cm de ancho, 15 cm de alto y un peso de 25

kilos, se acomodaron 8 cajas de base con un apilamiento de 12 cajas respetando así el espacio que se debe dejar para que circule el aire en el contenedor, por lo que cada pallet llevó 96 gavetas.

Contenedor de 40' Reefer



Figura 22. Contenedor de 40' Reefer

Fuente: Elaboración propia

Cantidad de estibas a lo ancho: $2,28 \text{ mts} * 100 \text{ cm}$: 228 cm

228 cm ancho contenedor/ 100 cm ancho pallet: 2 estibas a lo ancho

8 cm de espacio libre entre estibas para que circule el aire

225 cm altura contenedor- 195 cm de alto estiba: 30 cm de espacio libre

Cantidad de estibas a lo largo: 10 estibas

10 estibas a lo largo* 2 estibas a lo ancho: 20 estibas por contenedor

Volumen estibas: $1,95 \text{ mtrs} * 1 \text{ m} * 1,20 \text{ mtrs}$: 2,34 m³

$2,34 \text{ m}^3 * 20 \text{ estibas}$: 46, 8 m³

Volumen disponible contenedor: $11, 56 \text{ mtrs} * 2,28 \text{ mtrs} * 2,25 \text{ mtrs}$: 59,3 m³

Espacio vacío: $59,3 \text{ m}^3 - 46, 8 \text{ m}^3$: 12,5 m³

Total gavetas por contenedor: 96 gavetas * 20 estibas: 1920 gavetas

Kilos por caja:

Peso neto: 0,27 kl de un aguacate* 35 aguacates: 9,45 kilos

Peso bruto: 9,45 kilos + 0,50 gr de gaveta: 9,95 kilos

Peso neto por producto:

9,95 kilos* 1920 gavetas totales: 19, 104 kilos

Kilos estibas

25 kilos * 20 estibas: 500 kilos

Peso bruto producto

19,104 kilos + 500 kilos gavetas: 19, 604 kilos

El peso neto fue de 19, 104 kilos de aguacate Hass y un peso bruto de 19, 604 kilos con destino a Estados Unidos.

En el contenedor refrigerado de 40' Reefer de 2,28 mtrs de ancho, 11,56 mtrs de largo y 2,25 mtrs de alto, se cubicaron 20 pallets con un total de 1920 gavetas cada contenedor, para la exportación hacia Estados Unidos y una temperatura de +5°C para que el producto que el producto llegue en las mejores condiciones durante el trayecto.

3.14.13.2 Estimación de contenedores a exportarse

A continuación, se presenta una tabla donde se muestra el total de contenedores que se podrían exportar cada año desde el 2020 hasta el 2027.

Tabla 63. Estimación de contenedores a exportarse

AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Precio por caja	48,5	49,5	50	50,83	51,44	52,20	52,86	53,59
Cantidades en gavetas	1920	3840	5760	6144	7351	8558	9765	10971
Total USD	93120,00	190080,00	288000,00	312320,00	378160,76	446744,38	516196,23	587964,73

Cantidad de Contenedores al año	1	2	3	3	4	4	5	6
---------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---

Fuente: Mira Fruits (2022)

Después de haber establecido que la venta se realiza en gavetas, donde el precio de venta por gaveta se encuentra en un promedio de \$50 para el año 2022 y se muestra la cantidad en gavetas que la empresa ha producido desde el año 2020 en que inició sus operaciones de exportación, además se presentaron proyecciones de gavetas, obteniendo así el costo total, de donde se pudo determinar el total de contenedores que se podría exportar desde el 2020 hasta el 2027.

3.14.14. Incoterms

Los Incoterms (International Commercial Terms) son reglas internacionales elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional las cuales se utilizan en transacciones de compra-venta entre empresas de diferentes países, estas reglas fueron creadas con la finalidad de limitar responsabilidades y riesgos tanto del importador como del exportador y así evitar confusiones y malos entendidos. (Bdtrans, 2020)

Tabla 64. Cálculo de Incoterms término FOB

INCOTERMS	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Valor del embarque	288.000	312.320	378.161	446.744	516.196	587.965
EXW	288.000	312.320	378.161	446.744	516.196	587.965
EXW Unitario	50,00	50,83	51,44	52,20	52,86	53,59
Manipulación local X	1.500	1.600	1.914	2.229	2.543	2.857
Unitarización	2.070	2.208	2.642	3.075	3.509	3.943
FCA/FAS	291.570	316.128	382.717	452.048	522.248	594.765
FCA/FAS Unitario	50,62	51,45	52,06	52,82	53,48	54,21
Transporte interno	4.800	5.120	6.126	7.131	8.137	9.143
Manipuleo Embarque	2.040	2.176	2.603	3.031	3.458	3.886
Agentes	2.400	2.560	3.063	3.566	4.069	4.571
FOB	300.810	326.035	394.561	465.829	537.966	612.419
FOB Unitario	52,22	53,07	53,68	54,43	55,09	55,82

Fuente: Mira Fruits (2022)

La negociación para la exportación de aguacate Hass hacia el mercado estadounidense, se realizará en término FOB.

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

El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque, y el comprador asume todos los costos desde ese momento en adelante. (Mise, 2022)

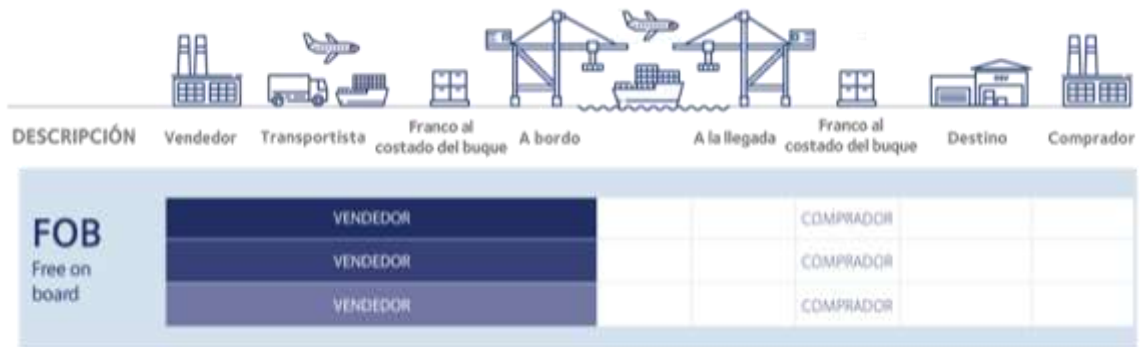


Figura 23. Incoterms FOB

Fuente: Santander Trade (2019)

3.14.14.1. Obligaciones del comprador

Escoge el buque, paga el flete marítimo y el seguro, y se encarga de las formalidades a la llegada de la mercancía. Asume así todos los gastos y riesgos de pérdida o de deterioro que pueden ocurrirle a la mercancía desde el momento en que fue entregada. (Santander Trade, 2019)

3.14.14.2. Obligaciones del vendedor

Debe poner a disposición la mercancía, en el puerto de embarque designado, a bordo del buque escogido por el comprador, y efectuar los trámites de aduana para la exportación, si fuesen necesarias. En un contrato de tipo FOB, el vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía está a bordo del buque en el puerto de embarque designado o, en el caso de las ventas sucesivas, el vendedor consigue las mercancías así entregadas para su transporte hasta su destino designado e indicado en el contrato de venta. (Santander Trade, 2019)

A continuación, se presenta una tabla donde se observa el precio de venta por caja del producto en relación al término FOB.

Tabla 65. FOB Unitario por gavetas

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
FOB	300.810	326.035	394.561	465.829	537.966	612.419
Cantidades en gavetas	5760	6144	7351	8558	9765	10971
FOB Unitario	52, 22	53, 07	53, 68	54, 43	55, 09	55,82

Fuente: Mira Fruits (2022)

La tabla anterior, muestra el precio FOB unitario de cada gaveta de aguacate en su exportación, la misma contiene alrededor de 35 frutos y las cantidades en gavetas desde el año 2022 hasta el 2027 a través de proyecciones a futuro. La negociación a través de FOB se realiza debido a que es el más utilizado en el transporte marítimo y es el más conveniente por reducción de gastos de exportación.

Las responsabilidades y riesgos por parte del vendedor Mira Fruits inicia desde la producción, hasta poner la mercancía a bordo del buque en el puerto de Guayaquil, a partir de ahí las responsabilidades y riesgos corren por cuenta del comprador en este caso Del Rey Avocado Company hasta que la mercancía llega al puerto de destino y todo lo relacionado a distribución del producto al consumidor final.

A continuación, se presenta una tabla de todos los incoterms, estableciendo el costo de venta en el mercado estadounidense mediante el término DDP, que es el valor en que Del Rey Avocado comercializaría la gaveta de aguacate Hass.

Tabla 66. Cálculo de Incoterms

INCOTERMS	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Valor del embarque	288.000	312.320	378.161	446.744	516.196	587.965
EXW	288.000	312.320	378.161	446.744	516.196	587.965
EXW Unitario	50,00	50,83	51,44	52,20	52,86	53,59

Manipulación local X	1.500	1.600	1.914	2.229	2.543	2.857
Unitarización	2.070	2.208	2.642	3.075	3.509	3.943
FCA/FAS	291.570	316.128	382.717	452.048	522.248	594.765
FCA/FAS Unitario	50,62	51,45	52,06	52,82	53,48	54,21
Transporte interno	4.800	5.120	6.126	7.131	8.137	9.143
Manipuleo Embarque	2.040	2.176	2.603	3.031	3.458	3.886
Agentes	2.400	2.560	3.063	3.566	4.069	4.571
FOB	300.810	326.035	394.561	465.829	537.966	612.419
FOB Unitario	52,22	53,07	53,68	54,43	55,09	55,82
Flete Internacional	19.170	20.448	24.465	28.481	32.498	36.514
CFR	319.980	346.537	419.079	494.365	570.519	648.989
CFR Unitario	55,55	56,40	57,01	57,77	58,43	59,15
Seguro Internacional	3.008	3.260	3.946	4.658	5.380	6.124
CIF	323.044	349.853	423.082	499.081	575.957	655.172
CIF Unitario	56,08	56,94	57,56	58,32	58,98	59,72
Manipuleo desembarque	3.000	3.200	3.829	4.457	5.086	5.714
DAP	326.100	353.110	426.968	503.596	581.101	660.946
DAP Unitario	56,61	57,47	58,08	58,85	59,51	60,24
Transporte interno	2.850	3.040	3.637	4.234	4.831	5.429
Descarga en destino	3.000	3.200	3.829	4.457	5.086	5.714
DPU	332.006	359.408	434.492	512.347	591.078	672.149
DPU Unitario	57,64	58,50	59,11	59,87	60,53	61,26
Almacenamiento temporal	2.940	3.136	3.752	4.368	4.984	5.600
Aduaneros	48.457	52.478	63.462	74.862	86.393	98.276
Capital e inventario país de destino	579	618	739	860	982	1.103
DDP	383.925	415.582	502.387	592.378	683.377	777.068
DDP Unitario	66,65	67,64	68,34	69,22	69,99	70,83

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte muy importante dentro del desarrollo de un proyecto de inversión. A través de este estudio se pudo analizar la viabilidad que el proyecto permitió en términos económicos, tomando como punto fundamental los recursos económicos que la empresa tiene disponibles, así como también el coste de producción.

3.15.1. Inversión inicial

“La inversión inicial es el dinero que se utiliza para cubrir los costos del negocio, como el edificio o las instalaciones donde funcionará la empresa, suministros y contratación del personal. La inversión puede ser de inversionistas, propio o créditos bancarios” (Martinez, 2021).

Para llevar a cabo la producción de aguacate Hass por parte de la empresa Mira Fruits, se requiere de una inversión inicial de \$ 250.382 dólares, dividida en inversión fija, capital de operación y gastos de constitución.

Tabla 67. Inversión inicial total

Concepto	Valor
Inversión Fija	57.000
Capital de Operación	190.882
Gastos de Constitución	2.500
Total Inversión Inicial	\$ 250.382

Fuente: Mira Fruits (2022)

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

3.15.1.1. Inversión Fija

Los activos fijos son todos aquellos bienes tangibles o intangibles necesarios para que Mira Fruits cumpla con operaciones de producción. La empresa tuvo que invertir alrededor de \$ 57.000 dólares

en activos fijos, los cuáles están divididos en terreno, infraestructura física, maquinaria, equipos de cómputo, muebles y enseres.

A continuación, se indica los activos fijos que la empresa Mira Fruits requiere para realizar sus funciones.

Tabla 68. Inversión Fija

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Edificio- Infraestructura	1		
Terreno			50.000,00
		Maquinaria y equipo	
Banda transportadora	2	700	1.400,00
Cuartos fríos	3	550	1.650,00
Equipos de medición de materia seca	1	450	450,00
Balanza industrial	2	200	400,00
Maquina cepilladora	1	380	380,00
Mesa de acero y termómetro digital	1	350	350,00
		Muebles y enseres	
Escritorios	4	150	600,00
Sillón ejecutivo	4	80	320,00
Archivadores	3	70	210,00
Sillas de oficina	6	30	180,00
Teléfono	1	40	40,00
Calculadora	2	10	10,00
		Equipo de cómputo	
Computadora portátil	1	700	700,00
Impresora multifuncional	1	350	310,00
		Total Activos Fijos- Inversión Fija	\$57.000.00

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.1.2. Gastos de constitución o Activos Diferidos

“Los gastos de constitución de una empresa mercantil son todos aquellos que se deben pagar para su creación como persona jurídica y que deben incurrir antes de poner en marcha nuestro negocio como permisos, registros contratos de servicios, etc” (Peña, 2020).

Los activos diferidos o también conocidos como gastos de constitución que se presentan a continuación tiene un valor total de \$2 500, con la finalidad de que Mira Fruits funcione legalmente en el desarrollo de sus actividades y la documentación se encuentre en orden.

Tabla 69. Gastos de constitución- Activos diferidos

Concepto	Valor anual
Honorarios abogado	300,00
Gastos de constitución	350,00
Pago notaria	200,00
Municipio	300,00
Permiso y Registros	1.350,00
Total Activos diferidos- Gastos de constitución	\$ 2.500,00

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.2. Capital de operaciones

“Es la capacidad de la empresa para iniciar un negocio en poco tiempo, contando con los gastos e ingresos en un futuro. Es decir, el dinero que mantendrá la rueda girando” (González, 2020).

El capital de operaciones está conformado por la materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de exportación; es decir, todos aquellos componentes que permiten la producción y exportación de aguacate Hass.

Tabla 70. Total, Capital de Operación

Concepto	Total
Materia prima	3.008
Mano de obra directa	45.719
Costos Indirectos Fabricación	11.430
Gastos sueldos administrativos	72.189
Gastos administrativos	48.126
Gastos de exportación (FOB)	10.410
Total Capital de Operación	\$ 190.882

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.2.1 Proyección de los costos de producción

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

Tabla 71. Costos de producción- proyecciones

	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Costo de producción	Cantidad	Precio	Valor total	Cantidad	Precio	Valor total	Cantidad	Precio	Valor total	Cantidad	Precio	Valor total	Cantidad	Precio	Valor total
Materia prima directa			3008			3261			3946			4658			5379
Aguacate Hass	5760	0,52	3008	6144	0,53	3261	7351	0,54	3946	8558	0,54	4658	9765	0,55	5379
Mano de obra directa			45719			49561			59978			70801			81765
Clasificadores	2	4813	9625	2	5217	10434	3	4209	12627	4	3726	14905	5	3443	17214
Personal de campo	8	4512	36094	8	4891	39127	9	5261	47351	10	5590	55895	11	5868	64552
Costos Indirectos de Fabricación			11430			12390			14995			17700			20441
Empaque	5760	0,52	3008	6144	0,53	3261	7351	0,54	3946	8558	0,54	4658	9765	0,55	5379
Agua	12	451	5414	12	489	5869	12	592	7103	12	699	8384	12	807	9683
Energía eléctrica	12	201	2406	12	217	2608	12	263	3157	12	311	3726	12	359	4303
Suministros de oficina	12	50	602	12	54	652	12	66	789	12	78	932	12	90	1076
Total Costo de producción			\$60.157			\$65.212			\$78.919			\$93.159			\$107.586

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.2.2. Proyecciones de Gastos Administrativos

Sueldos administrativos

Dentro de los gastos administrativos se establecen los sueldos administrativos del gerente general, gerente comercial, administrativo financiero, ingeniero de calidad, de producción y el agente comercial; estos administrativos son necesarios para el buen funcionamiento de la empresa ya que ellos son los encargados de la parte operativa de las actividades que la empresa desarrolla.

Tabla 72. Sueldos administrativos

Sueldos administrativos	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantid ad	Suel do	V. Total	Cantid ad	Suel do	V. Total	Cantid ad	Suel do	V. Total	Cantid ad	Suel do	V. Total	Cantid ad	Suel do	V. Total
Gerente general	12	1203	14438	12	1304	15651	12	1578	18941	12	1863	22358	12	2151	25821
Administrativo financiero	12	1203	14438	12	1304	15651	12	1578	18941	12	1863	22358	12	2151	25821
Ingeniero de calidad	12	1203	14438	12	1304	15651	12	1578	18941	12	1863	22358	12	2151	25821
Ingeniero de producción	12	1203	14438	12	1304	15651	12	1578	18941	12	1863	22358	12	2151	25821
Agente comercial	12	1203	14438	12	1304	15651	12	1578	18941	12	1863	22358	12	2151	25821
Total sueldos administrativos			72189			78.255			94.703			111.791			129.103

Fuente: Mira Fruits (2022)

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos de una empresa son aquellos que se vinculan directamente con la dirección y administración de la organización, aunque no intervienen directamente en la producción son departamentos importantes para que la actividad económica de la empresa se desarrolle. Dentro de los gastos administrativos además de los sueldos administrativos se encuentran los servicios básicos, los suministros de oficina, suministros de limpieza y depreciaciones.

A continuación, se presentan los gastos administrativos proyectados a cinco años.

Tabla 73. Gastos administrativos

Gastos administrativos	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantid ad	Suel do	V. Total	Cantid ad	Sueld o	V. Total	Cantid ad	Sueld o	V. Total	Cantid ad	Sueld o	V. Total	Cantid ad	Sueld o	V. Total
Servicios Básicos	12	2005	24063	12	2173	26085	12	2630	31568	12	3105	37264	12	3586	43034
Suministros de oficina	12	1203	14438	12	1304	15651	12	1578	18941	12	1863	22358	12	2151	25821
Suministros de limpieza	12	802	9625	12	869	10434	12	1052	12627	12	1242	14906	12	1434	17214
Total gastos administrativos			48.126			52.170			63.135			74.528			86.069

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.2.3. Proyección de Gastos de Exportación

Los gastos de exportación se refieren a los gastos necesarios para el despacho de exportación, preparación y documentación previa al embarque y que corren por cuenta del vendedor. Estos gastos comprenden la unitarización, manipuleo en origen, documentación y el transporte interno, haciendo hincapié en el término FOB que es el incoterms de negociación.

Tabla 74. Proyección de gastos de exportación

Gastos de exportación	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Canti- dad	V. unita- rio	V. Total	Canti- dad	V. unitari- o	V. Total	Canti- dad	V. unita- rio	V. Total	Canti- dad	V. unita- rio	V. Total	Canti- dad	V. unita- rio	V. Total
Unitarización	3	690	2070	3	690	2208	4	690	2642	4	690	3075	5	690	3509
Manipuleo de origen	3	500	1500	3	500	1600	4	500	1914	4	500	2229	5	500	2543
Documentación	3	680	2040	3	680	2176	4	680	2603	4	680	3031	5	680	3458
Trasnporte interno	3	1600	4800	3	1600	5120	4	1600	6126	4	1600	7131	5	1600	8137
Total gastos de exportación FOB			10.410			11.104			13.285			15.466			17.647

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.3. Estructura del Financiamiento

La empresa Mira Fruits financiará el 50% del total de la inversión con capital propio y el otro 50% a través de un préstamo en la institución financiera del Banco de Guayaquil, el monto es de \$125.191, con una tasa efectiva del 11.83% con un plazo de pago de 5 años por lo que el pago también será de forma anual.

Condiciones del crédito

Tipo de crédito: Actividad Comercial

Segmento: PYE

Capital a financiar: \$125.191

Plazo de años: 5 años

Periodicidad: anual

Tasa efectiva: 11.83%

Estructura de financiamiento

Tabla 75. Estructura de financiamiento

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	50%	125.191
Capital Ajeno	50%	125.191
Total	100%	\$250.382

Fuente: Mira Fruits (2022)

3.15.4. Costo de capital promedio

“Es una medida financiera que engloba en un solo número el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que usará un proyecto. En otras palabras, el CCPP- WACC es el costo de los recursos usados por la empresa al operar” (Arenas, 2020).

Para poder establecer el costo de capital promedio es importante primero determinar la tasa de interés activa que en este caso es del 11,83% según datos obtenidos en la página de la institución financiera Banco de Guayaquil.

Tabla 76. Costo capital promedio

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo Financiero	Impuesto
Capital Propio	50%	10,00%	25,00%
Capital Ajeno	50%	11,83%	
Total	100%	WACC	9,67%

Fuente: Mira Fruits (2022)

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

En este caso la tasa que el banco cobra es del 11,83% y el capital propio alrededor de un 10%, entre estos dos porcentajes se saca un valor promedio dando como WACC el 9,67% que es una cantidad en base a los impuestos que se paga al estado por lo que la tasa efectiva para calcular el VAN sería del 9,67%.

A continuación, se detalla la tabla de amortización anual

Tabla 77. Tabla de amortización

	2022	2023	2024	2025	2026
Intereses	14810,10	12470,95	9855,09	6929,77	3658,39
Capital	19772,96	22112,11	24727,97	27653,29	30924,67
Total cuota a pagar	34583,06	34583,06	34583,06	34583,06	34583,06

Fuente: Banco de Guayaquil (2022)

3.15.5. Estados Financieros

3.15.5.1. Estado de Resultados

El estado de resultados permite establecer si la empresa Mira Fruits genera ganancias o pérdidas, a través de los ingresos y gastos realizados durante la producción de aguacate en un periodo de tiempo determinado.

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

Tabla 78. Estado de resultados

Detalle	Estado de Resultados				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	300.787	326.062	394.594	465.796	537.930
Cantidad	5.760	6.144	7.351	8.558	9.765
Precio	52,22	53,07	53,68	54,43	55,09
- Costo de Ventas	60.157	65.212	78.919	93.159	107.586
Utilidad Bruta en Ventas	240.630	260.850	315.675	372.637	430.344
- Gastos Operacionales	130.725	141.529	171.123	201.785	232.819
Gastos Administrativos	120.315	130.425	157.838	186.319	215.172
Gastos de Ventas	10.410	11.104	13.285	15.466	17.647
Utilidad Operacional	109.905	119.321	144.553	170.853	197.525
- Gastos Financieros	14.810	12.471	9.855	6.930	3.658
Interés Bancario	14810,10	12470,95	9855,09	6929,77	3658,39
U.A.T.I	95.095	106.850	134.698	163.923	193.867
- 15% Particip. Trabajadores	14.264	16.027	20.205	24.588	29.080
Utilidad Antes de Impuestos	80.831	90.822	114.493	139.334	164.787
- 28% Impuesto a la Renta	22.633	25.430	32.058	39.014	46.140
Utilidad Neta	58.198	65.392	82.435	100.321	118.646

Fuente: Mira Fruits (2022)

La tabla anterior de estado de resultados muestra la utilidad neta que se obtiene desde el año 2022 hasta el 2026, después de haber, analizado costos y gastos, participación de los trabajadores y el respectivo impuesto a la renta.

3.15.6. Indicadores con financiamiento

Según (Pérez, 2021) Las siglas VAN corresponden al Valor Actual Neto, mientras que el TIR es la Tasa Interna de Retorno. Ambas fórmulas se relacionan de forma directa con el flujo de caja de los negocios y buscan hacer más preciso el cálculo del tiempo que un negocio tardará en recuperar su inversión inicial.

Para que un negocio sea realmente rentable, el valor del VAN debe ser siempre mayor que cero. Esto indicará que en un plazo estimado que se pretenderá recuperar la inversión que ha puesto en marcha el negocio.

En cuanto a TIR, hace referencia al tipo de interés en el que el número de VAN es cero. Su función es señalar la tasa a la cual se recuperará la inversión inicial de nuestro negocio transcurrido cierto tiempo.

Tabla 79. Flujo de efectivo- Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS						
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	- 250.382	58.198	65.392	82.435	100.321	118.646
Saldo Actualizado WACC 9,67%	- 250.382	53.069	54.374	62.504	69.362	74.802
Saldo Actualizado Acumulado	- 250.382	197.313	- 142.940	- 80.436	- 11.074	63.728
Tasa WACC	9,67%	9,67%	9,67%	9,67%	9,67%	9,67%
Suma de flujo de Efectivo	\$314.110,2	5	-			
Inversión Inicial	250.382,32					
VAN	63.728					
TIR	18%					
Periodo de Recuperación	4,15					
Costo Beneficio	1,25					

Fuente: Mira Fruits (2022)

El flujo de efectivo son las utilidades netas del estado de resultados, dentro del saldo actualizado WACC se aplica la fórmula del VAN, tomando en cuenta el costo promedio ponderado calculado anteriormente que es del 9,67%.

El saldo actualizado acumulado se obtiene al restar de la inversión inicial el saldo actualizado para ver en qué tiempo se podría recuperar la inversión inicial. Como se puede observar, los primeros cuatro años se obtiene un saldo negativo y a partir del quinto año el saldo se vuelve positivo; es decir que el periodo de recuperación específicamente es de 4 años 2 meses.

Para obtener la suma de flujo de efectivo se suma los valores de todos los años del flujo de efectivo con la tasa de WACC. El Valor Actual Neto es de \$63.728 en otras palabras es el valor de ganancia que obtendrá el dueño del proyecto en efectivo por lo que al invertir \$250.382 al final del periodo de 5 años con esa inversión se recibe un 18% de interés como rentabilidad.

El costo beneficio se refiere al valor que se obtiene como rentabilidad por cada unidad producida, en este caso es de \$0, 25 centavos de dólar; por consiguiente, se recupera el costo que se invirtió en producción y aparte de ellos se está obteniendo una ganancia adicional que es lo que hace posible el giro de la actividad comercial.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1 Resultados Matriz POAM

Para poder determinar las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits perteneciente a la provincia del Carchi, se realizó una ponderación establecida por factores sociales, políticos y económicos con la finalidad de elegir el mercado más adecuado para la exportación, esto se realizó a través de la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM) el cual permitió darle una ponderación a cada factor y medir la oportunidad o amenaza que presentaba cada mercado.

A continuación, se presenta la conducta de cada país alternativa de mercado.

Tabla 80. Resumen de la Matriz POAM

	Estados Unidos		Países Bajos		Francia	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	2,50	0	1,50	0	2,00	0
FACTORES POLÍTICOS	1,50	0,33	1,67	0,33	0,83	0,67
FACTORES ECONÓMICOS	1,90	0,40	1,60	0,60	0,90	0,60
SUMA	5,90	0,73	4,77	0,93	3,73	1,27
PROMEDIO	1,97	0,24	1,59	0,31	1,24	0,42
Calificación	1,72		1,28		0,82	

Fuente: Elaboración propia

Con la Matriz POAM se pudo determinar que el mercado internacional que obtuvo mayor puntuación fue Estados Unidos en vista de que se obtuvo una calificación de 1,72 puntos en la escala ponderada de 1-4, comparación de 1,28 y 0,82 que obtuvo Países Bajos y Francia respectivamente.

Es así que después de haber analizado la mejor alternativa para la exportación del producto, también se analizó el mercado meta por lo que fue California donde existen más clientes potenciales y donde la demanda cada vez es mayor debido a su tendencia de consumo saludable y al evento

deportivo que se celebra en este estado cada año, como es el campeonato de fútbol americano Super Bowl y dentro de los comerciales propagados en este evento, el aguacate ha sido el producto más promocionado por lo que año tras año la demanda va en constante crecimiento.

4.1.2. Resultados de las entrevistas

4.1.2.1. Entrevista aplicada al gerente general de la empresa Mira Fruits

La empresa Mira Fruits es una empacadora de aguacate Hass que se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, Cantón Mira, comunidad Las Parcelas a pocos metros de la panamericana Norte. Está constituida como empresa desde marzo del 2019 y en noviembre del 2020 inició con el proceso de exportación; está conformada por 20 personas que se encuentran distribuidas en las diferentes áreas de la empresa.

Su producción se basa principalmente en el aguacate tipo Hass y actualmente cumplen con las respectivas normas de calidad internacionales como la obtención de la certificación Global Gap y la certificación GRASP, las cuales aseguran la calidad del producto y el cumplimiento de la legislación laboral y social respectivamente.

La empresa está representada por el gerente general Andrés Reina con la marca Mira Fruits, actualmente la empresa destina su producto estrella al mercado español, donde el 95% de su producción está destinado al mercado internacional y el 5% para el mercado nacional, donde su precio depende del calibre del fruto; sin embargo, el aguacate de calibre grande en el mercado español se encuentra entre 2 euros a 2, 25 euros el kilogramo.

El proceso productivo del aguacate Hass inicia con la visita a la finca productora ya que la empresa trabaja directamente con productores de la provincia del Carchi, Imbabura y Pichincha, donde se toma las respectivas muestras para analizar el estado de madurez, después se realiza la respectiva negociación, donde se acuerda la fecha de cosecha del producto. Una vez que el fruto se encuentre en la madurez adecuada es llevada a la empacadora donde entra a las cámaras frigoríficas. Como siguiente paso se clasifica la fruta de acuerdo a los diferentes calibres, este proceso se demora entre

2 y 3 días. Una vez clasificada la fruta se procede al empaque y la unitarización de las gavetas y se guarda nuevamente en los cuartos fríos de la empresa hasta el día en que sale el contenedor al puerto para su exportación.

La cosecha de aguacate Hass se realiza en la temporada de octubre- mayo donde se logra realizar dos cosechas dentro de este lapso. La empresa no es productora sino más bien comercializadora, pero las hectáreas que poseen los socios estratégicos es de aproximadamente 350 hectáreas, donde cada hectárea produce alrededor de 10 a 12 toneladas al año, y el costo de instalación por hectárea es de casi cerca los \$6000 pues depende mucho de factores como el terreno, nivel de agua, densidad, etc.

La empresa cuenta con la infraestructura necesaria para la producción de aguacate pues principalmente cuenta con tres cuartos fríos para mantener la madurez de la fruta, cuenta con espacios adecuados para la paletización con balanzas electrónicas y también con el espacio idóneo para los trabajadores que conforman Mira Fruits.

Dentro de las barreras no arancelarias que la empresa cumple para la exportación de aguacate principalmente son las exigencias de certificaciones sanitarias para asegurar que el fruto está libre de plagas; así como también las certificaciones internacionales como Global Gap con la cual la empresa si cuenta.

En lo referente a la exportación de aguacate Hass hacia el mercado internacional la empresa ecuatoriana Mira Fruits se encarga de la parte productiva y la parte de comercialización se encarga la empresa sede que se encuentra en España quienes realizan la distribución a supermercados o mayoristas en el mercado español.

La principal diferencia del aguacate ecuatoriano con el de la competencia está sobre todo en la calidad y en sus propiedades, pues el aguacate nacional posee mejor grasa con mayor consistencia y nivel de aceite, así como también la ventaja de que el fruto no es tan fibroso a comparación del fruto de México y Perú.

4.1.2.2. Resultados de la entrevista aplicada al funcionario de PRO ECUADOR

Los principales aportes realizados por el ingeniero Oscar Ruano, representante de Pro Ecuador Zona 1, fueron los países a lo que actualmente se está realizando la exportación de aguacate Hass, los cuales son principalmente España, días atrás se realizó un envío el mercado francés y otros de destinos de exportación son Rusia, China, Holanda, Canadá, Países Bajos.

Estados Unidos es un mercado potencial para la exportación de aguacate por lo que actualmente es un mercado que se está abriendo y se están realizando procesos de aprobación de protocolos exigidos por este país y con ello se garantiza la apertura de este destino internacional.

Dentro de las exigencias para ingresar a mercados internacionales se encuentran los requisitos fitosanitarios como control de porcentaje de materia seca, certificaciones sanitarias en cultivo, producción post cosecha, empaque, embalaje, unitarización, certificaciones internacionales como Global Gap y en caso de que la producción sea orgánica la obtención de certificaciones orgánicas, las cuales ayudan mucho para la exportación y el producto tenga mayor acogida. Así como también Buenas Prácticas Agrícolas, trazabilidad, lotización, entre otros, especialmente para la Unión Europea un documento muy importante es el certificado EUR1 el cual permite la entrada al mercado y una reducción de aranceles.

La mejor forma de internacionalizarse para el caso del aguacate es formando asociaciones o gremios, pero dentro de ello es necesario que el proceso de producción sea homogénea, cuenten con las mismas Buenas Prácticas Agrícolas; es decir que la producción de todos los productores sea similar o igual para conservar la misma calidad del producto, para lo cual es importante que instituciones del estado hablando de Pro Ecuador, Agro calidad, MAG, entre otras instituciones apoyen a estos agricultores con una orientación en cuento a asistencia técnica para establecer una producción estándar, se pueda obtener un producto de calidad y este pueda ser exportado y sea competitivo para países como Perú, Colombia y Chile que son los principales países que hacen competencia al oro verde ecuatoriano.

Otro punto importante de análisis fue los obstáculos que los productores han presentado al exportar el aguacate ha sido el insuficiente apoyo del estado en temas financieros ya que para que un fruto de aguacate se produzca se debe esperar de 3 a 4 años y por ende durante todo ese tiempo se debe invertir dinero, otro problema que los productores han presentado es la falta de pago o el retraso en los pagos por parte de las empresas empaquetadoras.

Para que una empresa pueda obtener una certificación primero es importante la asistencia técnica de las instituciones del estado y como ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca para el caso de la Unión Europea se emite la certificación EUR1 el que es exigido para entrar a dicho mercado y conceder reducciones arancelarias para Ecuador.

4.1.2.3. Resultados de la entrevista aplicada a Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario

Los principales aportes de la entrevista realizada por parte de Agrocalidad fue referente a la apertura de mercados internacionales donde el Ecuador está realizando exportaciones de aguacate principalmente a España, Países Bajos y Holanda y actualmente el mercado que se está abriendo muchísimo y es un mercado potencial en el consumo de aguacate es Estados Unidos y para la entrada del producto a mercados internacionales se debe cumplir con los requisitos fitosanitarios exigidos por cada país ya que cada uno maneja diferentes políticas, por lo que antes de la exportación es importante el estudio de mercado y conocer todo sobre regulaciones y exigencias que se pide en la entrada de un producto.

Para que un producto pueda ser exportado, existe la ayuda del estado ya que gracias a la apertura de mercados internacionales y la ayuda de instituciones del estado como Pro Ecuador o Agrocalidad que hacen posible tener un seguimiento y control del proceso de producción y la exportación pueda ser efectiva, pues un exportador no podría por si solo abrir un mercado y para eso existen los organismos del estado para que permitan la internacionalización del producto.

La mejor estrategia para el ingreso a mercados internacionales en la exportación de aguacate es la asociatividad, formando gremios o asociaciones, lo cual permite de mejor manera la apertura de

mercados, siempre y cuando se mantenga la calidad del producto para mantener la competitividad; además se puede minimizar riesgos de exportación.

Uno de los principales obstáculos que han tenido los productores de aguacate para la exportación de su producto ha sido el desconocimiento de requisitos y medidas que exige el país al que se pretende entrar, debido a que los países se encuentran en constante cambio de políticas y requisitos por lo que antes de querer ingresar a un país internacional es importante estudiar el mercado y saber que exigencias son las que se debe cumplir.

La cadena logística que se maneja en las exportaciones de aguacate se da en tres escenarios, en primer lugar, se encuentran los proveedores donde se realiza la cosecha y producción. Como segundo punto se encuentra el almacenamiento o bodegaje donde se realiza todo el referente a documentación y aduanas, y como tercer punto está la distribución que es la llegada del producto al cliente final y se satisface su necesidad.

4.1.2.4. Resultados de la entrevista aplicada a empresa en el país de destino Del Rey

Avocado

Se realizó una entrevista a una empresa en el mercado de destino que es California conocida como Del Rey Avocado Company, la cual es una empacadora con funcionamiento desde 1969, que distribuye aguacate de alta calidad en todo el mundo y durante todo el año.

Esta empresa importa aguacate principalmente de México, Perú, Chile y Colombia y las variedades que compra puede satisfacer la demanda durante todo el año, entre ellas se encuentran: Hass, fuerte, junco, tocino, joya, etc. El periodo donde más se importa el producto es de enero a febrero, pues gracias a la celebración del Super Bowl en California, el aguacate se ha convertido en uno de los productos más consumidos en este evento y se lo incluye cada vez más en menús de comida.

Del Rey Avocado trabaja con una amplia gama de clientes, desde tiendas comestibles y restaurantes hasta minoristas a escala nacional. Independientemente de su tamaño, la empresa está preparado para satisfacer necesidades. El valor de compra durante los primeros meses el 2022 bajó de \$60 a \$55 debido a que California ha ido incrementando su producción.

Uno de los principales aspectos que se considera en la importación de aguacate es la calidad ya que el producto debe cumplir con estrictas normas de seguridad alimentaria y el aumento de la demanda de productos orgánicos, por lo que la empacadora se ha puesto como meta construir un sólido programa orgánico para abastecer el mercado con aguacates orgánicos. Los aguacates que cultivan e importan deben cumplir con altos estándares de calidad para que la fruta sea la más perfecta del mundo.

Otro aspecto importante es que el aguacate debe estar libre de plagas y los requerimientos de empaquetado en ambientes libres de insectos y este proceso debe realizarse dentro de las 24 horas después de haber sido cosechadas. Antes del empaque, los frutos deben limpiarse para eliminar algunas malezas que puedan abrigar insectos.

Dentro de las certificaciones Del Rey Avocado ha apoyado a la industria del aguacate en la creación y el uso de los programas de Buenas Prácticas Agrícolas (GAP) y Buenas Prácticas de Cosecha (GHP) para garantizar que la seguridad alimentaria siga siendo una prioridad en la industria del aguacate. El programa GAP está diseñado para brindar a los productores las herramientas que necesitan para controlar y monitorear cualquier fuente potencial de contaminación que se encuentre comúnmente en las arboledas.

4.2. DISCUSIÓN

Con el desarrollo de la investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi”, se obtuvieron resultados importantes para determinar que la investigación fue efectiva. Dentro de la investigación que se desarrolló se fue tomando en consideración los objetivos planteados anteriormente lo cual permitió dar cumplimiento a las diferentes etapas de la investigación.

Dentro del primero objetivo específico que fue fundamentar bibliográficamente las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass, la información se la obtuvo a través fuentes primarias con la aplicación de encuesta realizada al gerente general de la empresa objeto de investigación, a expertos en el tema de exportación y a la empresa Del Rey Avocado Company en California que es el mercado de destino. Además, la investigación se pudo realizar con información secundaria como sitios web, informes, tesis, artículos científicos, entre otros.

Este primer objetivo permitió identificar los principales importadores mundiales de aguacate Hass y de ello determinar un ranking y establecer alternativas de mercado. Gracias a los aportes de los expertos se logró conocer de mejor manera la situación actual de la empresa Mira Fruits, la cantidad de producción que tienen los socios estratégicos con lo que trabaja la empresa, estos poseen aproximadamente 350 hectáreas y cada hectárea produce alrededor de 10 a 12 toneladas durante el periodo de producción ya que en el año se cosecha en la temporada de octubre- mayo y se logra dos cosechas anualmente; así como también se da a conocer que la empresa cumple con certificaciones internacionales como Global GAP y GRASP lo cual permite mayor competitividad en los mercados.

Los aportes más importantes que expresaron los expertos de Pro Ecuador y Agrocalidad fueron los requisitos que se necesita para la entrada al mercado estadounidense como permisos fitosanitarios dentro de la producción, cosecha, empaque, paletizado, certificaciones nacionales como EUR1 e internacionales como Global Gap y cuál es la mejor forma de entrada a este mercado coincidiendo que es la asociatividad o formación de gremios, siempre y cuando se tenga una producción homologada y con ello la conservación de la misma calidad del producto, siendo este el principal aspecto que debe predominar para lograr mayor ventaja competitiva. Así como también concuerdan

que Estados Unidos es el país más potencial para la exportación de aguacate Hass; sin embargo, aún se están aprobando protocolos para su respectiva entrada. Dentro de los obstáculos que los pequeños productores han presentado para exportar sus productos ha sido el desconocimiento en cuanto a requisitos y medidas que exige el país de destino; y otro obstáculo inadmisiblemente mencionado por Pro Ecuador ha sido el incumplimiento en los pagos a los productores, afectando su inversión para la producción de aguacate.

Coincidiendo con la investigación de (Guzmán Marotto & Vera Avila, 2012) donde se establece que una de las estrategias para el incremento de las exportaciones es organizar a los productores en grupos como asociaciones con el objetivo de fomentar capacidad gremial y así mejorar también el poder de negociación e ingresos económicos.

El segundo objetivo específico que fue realizar un análisis de la oferta exportable y la demanda en mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass, donde se utilizó fuentes importantes como Santander Trade, Trade Map, INDEXMUNDI, Banco Mundial, portal de la OMC entre otros, donde para poder determinar los tres países seleccionados como alternativas de exportación se analizó tres puntos importantes que fue el top de países importadores de aguacate a nivel internacional, el segundo punto fue el coeficiente de apertura económica (CAE), que permitió conocer cuál es el país que más aporta mayor dinamismo económico al Ecuador y como tercer punto se analizó el arancel más bajo de las tres alternativas, esto permitió determinar las alternativas de estudio de mejor manera.

Los tres países alternativos fueron Estados Unidos, Países Bajos y Francia a los cuales se les realizó los respectivos estudios de factores políticos, económicos y sociales a través de la Matriz POAM, donde el país con más oportunidades de ingreso fue Estados Unidos, con una ponderación de 1,72 puntos de valoración en oportunidades superior a los puntajes de los demás países estudiados; EE. UU obtuvo esta calificación debido a que el nivel de consumo cada año va en aumento, la moneda de este país es la más fuerte para realizar transacciones comerciales, posee un alto nivel adquisitivo y es uno de los países más ricos del mundo por lo que no existe riesgo económico en la exportación

Coincidiendo con la investigación realizada por (Moran Quinto & Vernaza Diaz, 2018) en su tesis con el tema “Plan de negocio para la comercialización de aguacate Hass hacia el mercado estadounidense” es el mercado de Estados Unidos el mercado objetivo al igual que la presente investigación en vista de que el consumo de aguacate va en aumento cada año ya que cada vez es más apetecible en los restaurantes y se establece que el plan de negocio al mercado estadounidense es rentable en cuanto a la financiación.

De igual manera se relaciona con la investigación “El aguacate Hass llena de optimismo al Gobierno y a los productores nacionales” de (Lizarzaburo, 2020) indica que se espera un crecimiento sustancial de las ventas de aguacate al mundo ya que los planes de financiamiento va en aumento gracias a la ampliación de los años de gracia, a través de Ban Ecuador, también porque se establece que la clave está en el manejo de los cultivos y la temporada de cosecha; así como también la gran cantidad de kilos que fueron certificados en el año 2020 y las alternativas de mercados son bastas para entender que la demanda del producto aumenta cada vez más.

El tercer objetivo fue realizar un estudio de factibilidad para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi, donde para dar cumplimiento a este objetivo se analizó el proceso de exportación, el empaque del producto y la producción y de esta manera determinar si el producto es competitivo frente a otros mercados en cuestiones de calidad, precio, presentación y accesibilidad.

Así como menciona (Arias, Montoya, & Velásquez, 2018) en su investigación de la dinámica del mercado mundial de aguacate presenta como resultados que los productores de aguacate se verán favorecido por el auge en el consumo de esta fruta por lo que este negocio será más atractivo y se beneficiaran todas las partes que intervengan en la cadena de valor, siempre y cuando se planteen estrategias de consumo a largo plazo y permita capitalizar la inversión agregando valor al producto de exportación y así se pueda generar un desarrollo económico y social en los países productores. Por lo que gracias a este antecedente se puede determinar de mejor manera proyecciones de consumo y proyecciones de rentabilidad.

Finalmente se realizó un estudio económico financiero, donde se conoce que el resultado del presenta proyecto es rentable con un Valor Neto Actual (VAN) de \$63. 728; es decir que este valor será la cantidad de dinero que se recibirá al finalizar el periodo de cinco años es decir una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18% de interés como rentabilidad. Así mismo gracias al cálculo de los indicadores financieros se puede evidenciar que el periodo de recuperación será de 4 años 2 meses exactamente y el costo beneficio es de \$1,25 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se gana \$0,25 centavos de dólar, por consiguiente, se recupera el costo que se invirtió en producción y aparte de ellos se está obteniendo una ganancia adicional.

En cuanto a las teorías del comercio internacional, a través de la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter, se pudo establecer que Mira Fruits puede plantear estrategias de liderazgo en costos en la producción de aguacate o en la maquinaria de empaquetado para ahorrar tiempo. En cuanto a la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo se planteó que la empresa se enfoque en su producto estrella que es el aguacate, donde a pesar de que también produce otras frutas como pitahaya, lima, granadilla, chirimoya, limón, principalmente se ha encaminado en abrir mercados internacionales para el aguacate Hass. Por último, en cuanto a la nueva teoría del Comercio Internacional de Paúl Krugman se enfatiza que la empresa aumente su producción para que puedan reducir costos y también se centre en aprovechar al máximo los factores de producción.

Adicionalmente la investigación realizada contribuyó a la empresa Mira Fruits en la identificación de las alternativas de mercados internacionales, pero además se presenta directamente el mercado más adecuado para la exportación de aguacate Hass, en este caso el mercado más idóneo es Estados Unidos y el estado de destino California, por todos los puntos fuertes que ya se analizó dentro de la Matriz POAM.

Además, gracias a esta investigación se pudo conocer los requisitos que exige el país de destino, la vigencia de los acuerdos comerciales, la comercialización internacional que se pudo llevar a cabo, el medio de transporte que se utilizó, el canal de distribución, Incoterms en el que se negoció y una vez analizados costos se estableció el precio al que se vendió el producto en el mercado internacional.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- A través del análisis de aranceles más bajos, Coeficiente de apertura económica y cifras más altas de importación se determinó las alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate variedad Hass de la empresa Mira Fruits, estableciendo como posibles mercados objetivos Estados Unidos, Países Bajos y Francia.
- Una vez dadas las ponderaciones en la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM) de los tres países alternativas, se determinó que el país más adecuado para la exportación de aguacate Hass es Estados Unidos, con una puntuación favorable de 1,72 en la escala de ponderación de 1- 4, por lo que se presenta mayores oportunidades en los factores sociales, políticos y económicos analizados.
- Con la segmentación de mercado se llegó a determinar que California es el mercado más adecuado para la exportación de aguacate Hass, ya que este producto cada vez es más apetecible en los menús, debido a su alto contenido de nutrientes; además porque dentro de California se celebra un evento importante que es el campeonato de fútbol americano y se promociona grandes marcas de productos entre ellos el producto, el mismo que cada año ha cobrado fuerte relevancia dentro de la promoción que se realiza y con ello el aumento del consumo del aguacate.
- Para la exportación de aguacate Hass al mercado estadounidense se tomó en cuenta realizarlo por vía marítima, debido a su accesibilidad y costos a comparación de otros modos de transporte y el término de negociación fue Libre a Bordo (FOB), donde la empacadora Mira Fruits se encargó de producción, empaque, seguro y transporte del producto hasta el Puerto de Guayaquil. Una vez puesto la mercancía a bordo, el vendedor terminó con sus responsabilidades y riesgos, donde a partir de ese punto las responsabilidades y riesgos pasaron a cargo del comprador.

- El método de ingreso al mercado de California fue a través de la exportación indirecta, debido a que Mira Fruits está empezando abrir mercados y no cuenta con vasta experiencia para exportar directamente al consumidor final. Por lo que la empresa vendió el producto a Del Rey Avocado Company, que es una empresa mayorista en California- EE. UU.
- Mediante el desarrollo del estudio financiero se obtuvo como resultados que el presente proyecto fue viables ya que los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) fue de \$63. 728 dólares, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18% y un periodo de recuperación de la inversión de 4 años 2 meses.

5.2.RECOMENDACIONES

- Se recomienda que de parte del estado se aumenten los incentivos para que pequeños y medianos productores puedan asociarse, tener un mayor poder de negociación y puedan entrar a mercados internacionales, de tal manera que los productores puedan ampliar la gama de productos.
- Se recomienda que dentro de Mira Fruits se realicen capacitaciones a los productores que trabajan directamente con la empacadora, en cuanto a temas de la mejora continua en calidad, la importancia de certificaciones, cambios en tendencias de consumo saludable, mayor estimación de productos orgánicos en mercados internacionales, etc y de esta manera lograr mayor competitividad del producto en las exportaciones.
- La empresa Mira Fruits debería acoger la investigación realizada ya que además de presentar alternativas de mercados para la exportación del producto, se ha logrado identificar precisamente el mercado meta donde el producto es más aceptado y el país que presenta más oportunidades; además la investigación podría servir como guía para la empresa al tomar en cuenta que es importante ampliar la cobertura de producción y así pueda cubrir de mejor manera la demanda.

- Se recomienda que antes de querer ingresar a un mercado internacional, es importante conocer los requisitos y normativas que exige el mercado de destino para que el proceso de exportación sea más efectivo y no existan contratiempos o re embarcación del producto por no cumplir con las exigencias establecidas.
- Se recomienda a la empresa Mira Fruits aumentar negociaciones con productores estratégicos y dar una asistencia técnica estándar para obtener una homologación en la producción del aguacate y prevalezca la misma calidad del producto en todos los proveedores y de esta manera llegar a obtener mayor acogida en mercados internacionales.
- Se recomienda a las instituciones del estado como Agro calidad y PRO ECUADOR, acelerar el proceso de obtención de los permisos y medidas necesarias para abrir cuanto antes el mercado estadounidense ya que es un mercado potencial que presenta muchas oportunidades, es el mayor mercado que importa aguacate a comparación de las otras dos alternativas de mercados y es el país que mayor dinamismo económico aporta al Ecuador.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Méndez Suárez , S., Ramírez Herrera, H., & Ortigosa Urbieta, A. (01 de septiembre de 2020). *ICEX España Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de ICEX España Exportaciones e Inversiones: https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Estados_Unidos/CaliforniaguiaIcex2020.pdf
- Arenas, A. (11 de septiembre de 2020). *Rankia*. Obtenido de Rankia: <https://www.rankia.mx/blog/como-comenzar-invertir-bolsa/3323298-que-costo-capital-promedio-ponderado-ccpp-calculo-funcion-empresarial>
- Argudo, J. M. (29 de noviembre de 2019). *ECONOSUBLIME*. Obtenido de ECONOSUBLIME: <http://www.econosublime.com/2017/10/factores-influyen-oferta.html>
- Arias, F., Montoya, C., & Velásquez, O. (22 de noviembre de 2018). *Católica del Norte*. Obtenido de Católica del Norte: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1942/194258529017/html/index.html>
- Association, S. F. (2017). *Tasty Food and Wine Ibérica*. Obtenido de Tasty Food and Wine Ibérica: <http://tastyfoodandwine.es/perfil-consumidor-de-estados-unidos/>
- Baca, E. (16 de enero de 2015). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/252771394/Definicion-de-Mercados-Internacionales>
- Banco Central del Ecuador . (31 de marzo de 2022). Obtenido de Banco Central del Ecuador : <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes#:~:text=BCE-,La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20creci%C3%B3%204%2C%25%20en%202021%2C%20>
- Bdtrans. (17 de septiembre de 2020). Obtenido de Bdtrans: <https://www.bdtrans.es/es/blog/que-son-los-incoterms-y-cual-es-su-significado/>
- Camuñas, E. (25 de septiembre de 2020). *unir*. Obtenido de unir: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/los-beneficios-de-la-investigacion-de-mercados-claridad-y-acierto/>
- Castiller, O. (s.f.). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>

Castillero, O. (s.f.). *Psicología y Mente*. Obtenido de *Psicología y Mente*:
<https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>

Ecuador, U. M. (21 de junio de 2018). *Embajada y consulado de EE.UU en Ecuador* . Obtenido de Embajada y consulado de EE.UU en Ecuador : <https://ec.usembassy.gov/es/estados-unidos-propone-importar-aguacate-fresco-de-ecuador/>

El Universo. (14 de noviembre de 2020). Obtenido de *El Universo*:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/14/nota/8047105/exportacion-aguacate-hass-guayaquil-espana/#:~:text=de%2020.000%20kilos.-,El%20aguacate%20Hass%20cultivado%20en%20el%20norte%20de,por%20primera%20vez%20a%20Espa%C3%B1a&text=Andr%C3%A9s%20Reina%2C>

elnorte.ec. (17 de julio de 2020). *Mira cantón de oportunidades*. Obtenido de *Mira cantón de oportunidades*:
http://www.mira.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=item&id=380:mirafruit&Itemid=117

eluniversocom. (27 de mayo de 2022). *El universo* . Obtenido de *El universo* :
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/tras-9-anos-de-negociaciones-estados-unidos-permite-el-ingreso-a-su-mercado-del-aguacate-ecuatoriano-nota/>

Enríquez, P. (2010). *Repositorio UTN*. Obtenido de *Repositorio UTN*:
http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1207/3/PG%20175_Capitulo%20II.pdf

Espinosa, R. (05 de junio de 2014). *Roberto Espinosa*. Obtenido de *Roberto Espinosa*:
<https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Fanjul, E. (septiembre de 2020). *Iberglobal*. Obtenido de *Iberglobal*:
[http://www.iberglobal.com/files/2020/que_es_la_globalizacion_B\(4\).pdf](http://www.iberglobal.com/files/2020/que_es_la_globalizacion_B(4).pdf)

FAO. (2022). Obtenido de FAO: <https://www.fao.org/food-labelling/es/>

Florido, J. (17 de julio de 2009). *Lexetsocietas*. Obtenido de *Lexetsocietas*:
<https://lexetsocietas.com/2019/07/17/que-es-una-sucursalcuales-son-las-principales-diferencias-entre-una-sucursal-una-sociedad-filial-y-un-establecimiento-permanente/>

Frutas y hortalizas . (2022). Obtenido de *Frutas y hortalizas* : <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Aguacate.html>

García, I. (05 de Febrero de 2018). *emprendepyme.net*. Obtenido de *emprendepyme.net*:
<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html>

- Gómez, C. (20 de marzo de 2018). *Sertrans*. Obtenido de Sertrans: <https://www.sertrans.es/transporte-internacional/transporte-terrestre-aereo-y-maritimo-para-cada-tipo-de-mercancia/#:~:text=Transporte%20terrestre%2C%20a%C3%A9reo%20y%20mar%C3%ADtimo%20para%20cada%20tipo%20de%20mercanc%C3%ADa%20%E2%80%93%20Sertrans&text=E>
- González, P. (2020). *Billin*. Obtenido de Billin : https://www.billin.net/glosario/definicion-capital-inicial/#Gasto_de_operacion
- González, H. S. (08 de mayo de 2020). *ICEX*. Obtenido de ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/florida-ficha-tecnica-pib-poblacion-doc2018781874.html?idPais=US#>
- Guzmán Marotto, V., & Vera Avila, K. (ABRIL de 2012). *Repositorio UPS*. Obtenido de Repositorio UPS: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1905/15/UPS-GT000287.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ibañez, A. (2020). *menvío*. Obtenido de menvío: <https://blog.mienvio.mx/articulo/empaque-embalaje-y-envase-que-son-y-cual-es-la-diferencia>
- Importaciones Ecuador*. (01 de enero de 2022). Obtenido de Importaciones Ecuador : <https://www.importacionesecuador.com.ec/transito-internacional/como-exportar-desde-ecuador/>
- Impulsa Popular*. (22 de mayo de 2019). Obtenido de Impulsa Popular: <https://www.impulsapopular.com/gerencia/definicion-de-incoterms-utilizado-en-comercio-exterior/>
- Jarrín, V. A. (Diciembre de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador : <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Lara, L. A. (marzo de 2013). *repository unimilitar*. Obtenido de repository unimilitar: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11280/HenaoLaraLauraAlejandra2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- León, N. T. (2016). *Población y Muestra*. Obtenido de Población y Muestra: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/63099/secme26877.pdf?sequence=1>
- Lizarzaburo, G. (15 de noviembre de 2020). *Expreso*. Obtenido de Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/aguacate-hass-linea-directa-mercado-espanol-93626.html>
- Lugones, G. (Marzo de 2008). *cloudfront.net*. Obtenido de cloudfront.net: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45813866/teorias_del_comercio_internacional_-_lugones_UNIDAD_5.pdf?1463776265=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTEORIAS_DEL_COMERCIO_INTERNACIONAL.pdf&Expires=1614738584&Signature=L9a34hKpRfhqOS2u5el
- Mafla, J. L. (2013). *mira.ec*. Obtenido de mira.ec: <http://mira.ec/canton-mira/>
- Magaña, D. (03 de junio de 2021). *Portal Fruticola. com*. Obtenido de Portal Fruticola. com: <https://www.portalfruticola.com/noticias/2021/06/03/industria-del-aguacate-sigue-creciendo-y-consumo-en-ee-uu-llega-a-record-historicos/>
- Magaña, D. (06 de junio de 2021). *TodoAgro*. Obtenido de TodoAgro: <https://www.todoagro.com.ar/industria-del-aguacate-sigue-creciendo-y-consumo-en-ee-uu-llega-a-record-historicos/#:~:text=Lo%20anterior%20%E2%80%9Csugiere%20una%20mayor,pandemia%20se%20levantan%C2%BB%2C%20explic%C3%B3.>
- Mankiw, G. (2014). *Revista espacios*. Obtenido de Revista espacios: <http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/a20v41n03p10.pdf>
- Márquez, M., & Ortiz, M. (septiembre de 2012). *Guía de implementación de la facilitación del comercio*. Obtenido de Guía de implementación de la facilitación del comercio: <https://tfig.unece.org/SP/about.html>
- Martinez, J. (23 de diciembre de 2021). *nubox*. Obtenido de nubox: <https://blog.nubox.com/empresas/inversion-inicial-requerida-y-capital-de-trabajo#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20para%20el,la%20contrataci%C3%B3n%20del%20personal%20que>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/aguacate-hass-proveniente-de-carchi-llega-al-mercado-espanol/>

- Mirafruits . (2022). Obtenido de Mirafruits : <https://mirafruits.com/>
- Mise, J. (02 de enero de 2022). *acavir*. Obtenido de acavir: <https://www.acavir.com/incoterms-2020/free-on-board/#:~:text=FRANCO%20A%20BORDO-,Incoterms%20FOB,la%20mercanc%C3%ADa%20as%C3%AD%20ya%20entregada.>
- Moran Quinto, A. d., & Vernaza Diaz, C. M. (septiembre de 2018). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35466/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20AGUACATE%20HASS%20HACIA%20EL%20MERCADO%20CANADIENSE.pdf>
- Páez, G. (08 de Octubre de 2021). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion-directa.html>
- Peña, L. (25 de septiembre de 2020). *Billin*. Obtenido de Billin: <https://www.billin.net/blog/gastos-constitucion-empresa/>
- Pérez, A. (24 de abril de 2021). *Business School*. Obtenido de Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/van-y-tir-dos-herramientas-para-la-viabilidad-y-rentabilidad-de-una-inversion#:~:text=Diferencia%20entre%20VAN%20y%20TIR&text=Las%20siglas%20VAN%20corresponden%20al,en%20recuperar%20su%20inversi%C3%B3n%20inicial.>
- Pontón, C. R. (2018). *Repositorio UIDE*. Obtenido de Repositorio UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2678/1/T-UIDE-1916.pdf>
- Puetate, J. N. (enero de 2020). *Repositorio UPEC*. Obtenido de Repositorio UPEC: <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/928>
- Quintana, C. (18 de Mayo de 2020). *OBERLO*. Obtenido de OBERLO: <https://cl.oberlo.com/blog/ventaja-competitiva>
- Raffino, M. E. (29 de septiembre de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Riquelme, M. (17 de julio de 2019). *Web y Empresas*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/oferta/>
- Roa, P. E. (23 de julio de 2003). *deGerencia.com*. Obtenido de deGerencia.com: https://degerencia.com/articulo/importancia_de_los_mercados_internacionales/

- Rodríguez, L. (2020). *CEUPE*. Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/entrada-mercados-internacionales-exportacion.html>
- Rodríguez, L. C. (04 de marzo de 2021). *Recursos en la Investigación Científica y sus clases*. Obtenido de Recursos en la Investigación Científica y sus clases: <https://www.lizardo-carvajal.com/los-recursos-en-la-investigacion-cientifica-y-sus-clases/#:~:text=cuando%20nos%20proponemos%20la%20producci%C3%B3n,los%20tipos%20de%20investigacion%20existentes>.
- Sánchez, S. (03 de julio de 2019). *Expansión*. Obtenido de Expansión: <https://expansion.mx/mercadotecnia/2019/07/03/asi-conquisto-el-aguacate-el-mercado-estadounidense>
- Sandoval, P. X. (09 de mayo de 2018). *El país*. Obtenido de El país: https://elpais.com/elpais/2018/05/09/opinion/1525882179_659426.html
- Santander Trade. (2019). Obtenido de Santander Trade: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/incoterms>
- Sector export. (2020). Obtenido de Sector export: <https://sectorexport.com/formas-de-entrada-a-mercados-internacionales>
- Sercop. (2021). *Portal compras públicas*. Obtenido de Portal compras públicas : <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/acuerdos-comerciales/>
- Solís, L. D. (07 de mayo de 2019). *investigaliacr*. Obtenido de investigaliacr.: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20enfoque%20de,el%20desarrollo%20de%20la%20perspectiva>
- Terán Acosta, E. A. (29 de febrero de 2019). *repositorio UPEC*. Obtenido de repositorio UPEC: <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/723>
- Thompson, I. (2009). *Marketing-free*. Obtenido de Marketing-free: <https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Viera, A., Sotomayor, A., & Viera, W. (diciembre de 2016). *Repositorio INIAP*. Obtenido de Repositorio INIAP: <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/3856/1/iniapscD96.pdf>
- Westreicher, G. (19 de mayo de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Wilson, M. (25 de enero de 2019). *Diario Las Américas* . Obtenido de Diario Las Américas :
<https://www.diariolasamericas.com/florida/el-poder-adquisitivo-del-floridano-no-aumenta-pesar-la-buena-salud-la-economia-n4170717>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Certificado o Acta del Perfil de Investigación



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

NOMBRE: NIKOLE ESTEFANIA PONCE TANICUCHI
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401965132
PERIODO ACADÉMICO: PAO 2022 A

TEMA DEL TIC: Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: PHD. TERÁN ROSERO GUSTAVO JAVIER
DOCENTE TUTOR: MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH
DOCENTE: MSC. RUIZ RIVADENEIRA GERMÁN GEORING

De acuerdo al artículo 32: Una vez entregados los documentos; y cumplidos los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director/a de Carrera designará el Tribunal, fijando lugar, fecha y hora para realizar este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 211

FECHA: jueves, 01 de septiembre del 2022

HORA: 08:00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,60
2) Trabajo escrito	2,40
Nota final de PRE DEFENSA	8,00

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo 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 jueves, 01 de septiembre de 2022

PHD. TERÁN ROSERO GUSTAVO JAVIER
PRESIDENTE

MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH
DOCENTE TUTOR

MSC. RUIZ RIVADENEIRA GERMÁN GEORING
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de idiomas



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

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Nikole Estefanía Ponce Tanicuchi

Fecha de recepción del abstract: 7 de septiembre de 2022

Fecha de entrega del informe: 7 de septiembre de 2022

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



EDISON BONERRES
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN



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

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Nikole Estefanía Ponce Tanicuchi				
DATE: 7 de septiembre de 2022				
TOPIC: "Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés, 5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	

Anexo 3. Oficio dirigido a la empresa Mira Fruits



Memorando Nro. UPEC-CE-2021-458-M
Tulcán, 24 de junio de 2021

Asunto: Solicitud de información para desarrollar proyecto de tesis, Nikole Estefanía Ponce Tanicuchí

PARA: Sr. Andrés Reina
MIRAFRUIT S CIA. LTDA

ASUNTO: Solicitud

De mi consideración:

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

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a la señorita Nikole Estefanía Ponce Tanicuchí, portadora de la cédula de ciudadanía N°CI 040196513-2, estudiante de octavo nivel de la Carrera de Comercio Exterior; obtener información que le permita desarrollar el proyecto de investigación de tesis denominado "Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate hass de la empresa Mira Fruits de la Provincia del Carchi"

En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digne dar al presente, agradecemos su atención y comprensión.

Atentamente,

Msc. Beatriz Realpe D,
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
"Educamos para transformar el mundo"

Salud
Aceptada
MIRA FRUITS
CIA. LTDA
RUC: 1091781286001
Telf: 06 2280 002
D. Miraflores Parcelas

R/07/2021

Anexo 4. Carta de aceptación de la empresa Mira Fruits



Mira, 12 de julio del 2021

Señorita
Nikole Estefanía Ponce Taniuchi
ESTUDIANTE DE LA UPEC
Presente. –

Asunto. Oficio de aceptación de la empresa Mirafruits Cia. Ltda.

La empresa MIRAFRUITES CIA. LTDA, de la Provincia del Carchi, Cantón Mira, Comunidad Las Parcelas llega a usted con un cordial saludo.

Con referencia al oficio recibido con fecha 12 de julio del 2021, me permito darle a conocer que su solicitud fue aprobada, para lo cual facilitaremos toda la información necesaria para el desarrollo de su proyecto con el tema de "Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate variedad hass de la empresa MiraFruits de la provincia del Carchi"

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,

Ing. Andrés Reina
ADMINISTRADOR

MIRA FRUITS
CIA. LTDA.
RUC: 1091781286001
Telf.: 06 2280 002
Dir.: Mira Las Parcelas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL
INTERNACIONAL



DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre de la Empresa: *Mira Fruits*

Nombre del entrevistado: *Andrés Reina*

Área en la que trabaja: *Administrativa y Gerencia*

Objetivo: La presente entrevista tiene como objetivo desarrollar un estudio de la investigación "Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi", la información obtenida tendrá fines totalmente académicos.

Guía de preguntas

1. ¿En qué año empezó la producción de aguacate Hass?

Mira Fruits se constituye como empresa en Marzo del 2019, amparada por la Superintendencia de Compañías. En noviembre del 2020 se inicia con el proceso de exportación.

2. ¿Cuántas personas trabajan en la empresa?

Alrededor de 20 personas que se encuentran distribuidos en las diferentes áreas de la empresa.

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

- 1. Se visita la finca productora y se toma muestras para ver su estado de madurez.*
- 2. Se hace la negociación y se abre la fruta para cosechar.*
- 3. Se lleva la fruta a la empacadora y entra a las cámaras frigoríficas.*
- 4. Se clasifica la fruta, donde el proceso de madura alrededor de 2 a 3 días.*
- 5. Se palletiza las cajas y se guarda nuevamente en las cámaras frigoríficas hasta el día que sale el contenedor al puerto.*

4. ¿Cada cuánto tiempo se cosecha el aguacate Hass?

El aguacate Hass se cosecha en la temporada de Octubre - Mayo donde se logra realizar 2 cosechas dentro de este lapso.

5. ¿Cuáles son los costos de producción por cada kilogramo de aguacate?

La instalación de una hectárea de aguacate Hass es de aproximadamente \$6,000 y a que los costos dependen de factores como: terreno, nivel de agua, densidad, etc.

6. ¿Cuántas hectáreas de producción posee la empresa?

La empresa no es productora sino comercializadora pero las hectáreas que poseen los socios estratégicos es de aproximadamente las 350 hectáreas de aguacate Hass.

7. ¿Qué cantidad de aguacate Hass se produce por cada hectárea?

La cantidad de aguacate depende de factores como el cuidado, edad de los árboles pero aproximadamente es de 10 a 12 toneladas por hectárea al año.

8. ¿Cuál fue la cantidad de producción en toneladas de los últimos cinco años?

El proceso de exportación se inicia en noviembre del 2020 por lo que en este año hubo una producción de 20 toneladas en el 2021 por la pandemia la producción se bajó a 15 toneladas.

9. ¿Realiza procesos de exportación del producto?

Si. Mira Fruits empezó los procesos de exportación desde el 13 de noviembre del 2020.

10. Si la respuesta anterior es SI, ¿Cuál son los destinos de exportación del aguacate?

En el caso del aguacate Hass el único destino de exportación hasta el momento ha sido España.

11. ¿Qué porcentaje de la producción total es destinada al mercado nacional e internacional?

Un 95% al mercado internacional y un 5% al mercado nacional que es el aguacate de segunda el que se comercializa a nivel nacional.

12. ¿Cuáles son las barreras no arancelarias que deben cumplir para la exportación del producto?

Las barreras no arancelarias dependen del país al que se pretende exportar; sin embargo, la mayoría de países lo que exigen es certificaciones sanitarias para verificar que el fruto está libre de plagas así como también certificaciones internacionales como Global GAP en el caso del mercado europeo.

13. ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación para la exportación de aguacate Hass?

Global GAP → lo certifica por la calidad del producto.
GRASP → certificación relacionada al cumplimiento con la legislación laboral y social.

14. ¿Qué infraestructura necesita para tener una producción de aguacate y cumplir con el empaquetado del producto?

Para la empacadora principalmente se necesita contar con cuartos fríos para mantener la madurez de la fruta, espacio de palatización, de balanzas electrónicas y el espacio adecuado para los trabajadores de la empresa.

15. ¿Cuál es el precio del kilogramo de aguacate Hass, para consumo nacional?

Depende el calibre; sin embargo, un aguacate de calibre promedio tiene un precio entre \$0,90ctvs y \$1 dólar.

16. ¿Cuál es el precio con el que se comercializa el producto en el mercado internacional?

En España el precio está entre 2 euros 50 a 2 euros 25 aguacates de calibre grande.

17. ¿Cuál es el canal de distribución que utiliza para la comercialización internacional de aguacate?

La empresa ecuatoriana se encarga de la parte productiva y la parte comercial se encarga la sede que se encuentra en España quienes realizan la distribución a supermercados y mayoristas en España.

18. ¿Qué considera que le hace falta a su producto para poderlo exportar?

Debido a los factores climáticos que se pasa se puede obtener aguacates de mejor calidad; sin embargo, la escasez de recursos no hacen posible esta inversión.

20.- ¿Cuál es la diferencia de su producto con el de la competencia a nivel nacional e internacional?

Principalmente en la calidad en las propiedades organolépticas ya que el aguacate nacional parece mejor grasa con mayor consistencia con mayor nivel de aceite y no es tan fibroso como el de la competencia internacional como de México y Perú.

¡Gracias por su gentil colaboración!



MIRA FRUITS
CIA LTDA
RUC: 1091781286001
Telf.: 06 2280 002
Dir.: Mira-Las Parcelas



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL
INTERNACIONAL



Objetivo: Obtener información primaria que permita el desarrollo de la presente investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi”, la información obtenida tendrá fines totalmente académicos.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre de la Institución: *Ministerio Producción Comercio Exterior In. y Pesca - Pro Ecuador.*
Nombre del entrevistado: *Oscar Ruano O.*
Área en la que trabaja: *Vic. Promoción X. - Pro Ecuador.*

Guía de preguntas

1.- ¿Conoce usted a qué países actualmente Ecuador exporta aguacate tipos Hass?

Principalmente... a... España... y... otros... se realizó... un... envío... a... Francia... Otras... destinos... son... Rusia... China... Holanda... Canadá...

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

Estados Unidos... que... es... un... mercado... que... se... está... abriendo... y... en... proceso... de... aprobación... de... p... como... también... Canadá.

3.- ¿Conoce usted qué requisitos se necesita para ingresar aguacate Hass a mercados internacionales?

Depende... la... exigencia... de... la... mercados... para... Europa... principalmente... hoy... que... cumple... con... exigencias... fitosanitarias... como... el... control... de... patógenos... en... materia... de... certificaciones... sanitarias... en... cultivo... producción... empaque... certificaciones... orgánicas... si... la... producción... es... orgánica... o... certificaciones... Global... GAP... que... ayudan mucho para la acogida del producto.

4.- ¿Cómo apoya el estado a los pequeños productores de aguacate? ¿Considera que el apoyo es suficiente?

A través de Pta. Ecuador, Agua calidad, entre otras, los cuales brindan asistencia técnica a los cultivos para mejorar la calidad del producto y puedan ser competitivos en el mercado internacional, sin embargo el apoyo no es suficiente ya que si se necesita de más técnicas y capacitaciones a productores.

5.- ¿Cuál considera usted que es la mejor forma de ingreso al mercado internacional para exportar aguacate Hass para los pequeños productores?

Principalmente se está trabajando en asociaciones agrarias para dentro de ellas es importante que el proceso de producción sea homologada, manejen los mismos BPA y protocolos la calidad.

6.- ¿Cuáles son las barreras arancelarias para la exportación de aguacate Hass?

Las barreras arancelarias dependen mucho del país al que se pretende entrar y también de los acuerdos comerciales que el Ecuador tenga.

7.- ¿Cuáles son las barreras no arancelarias para la exportación de aguacate Hass?

Dentro de las exigencias fitosanitarias están las Buenas Prácticas de Agricultura, Cultivo, Trazabilidad, certificaciones, labotización, empaque, embalaje, paletización, certificaciones de que la fruta esté libre de plagas como el mosquito. Para la U.E el certificado EUR 1

8.- ¿Conoce usted cuál es la competencia a nivel internacional de aguacate Hass?

Principalmente está Perú, Colombia y Chile, las cuales exportan grandes cantidades de aguacate y también son muy exigidos en mercados internacionales.

9.- ¿Qué estrategias deberían aplicar las microempresas para poder exportar sus productos y abrir nuevos mercados?

Primero una capacitación sobre asistencia técnica ya que muchos veces los pequeños productores no cumplen con buena calidad del producto y por ella se debe meter a inversión y por eso es importante formar asociaciones para tener un mayor poder de negociación.

10.- ¿Cuáles considera que son los obstáculos que han tenido los productores de aguacate para exportar sus productos?


Principalmente obstáculos económicos ya que la producción del aguacate es costosa y para obtener un fruto se espera de 3 a 4 años. El tener que acudir a préstamos financieros para poder invertir y otro problema es el retraso de pago a los productores.

11.- ¿Cuál es el proceso para obtener una certificación para la exportación de aguacate?

En el ámbito nacional primero es importante la existencia técnica de Agricultura. Pro. Ecuador. MAG y como ministra para el caso de la Unión Europea se emite la certificación EUR.1 el que es exigido para entrar a ese mercado.

12.- ¿Qué cadena logística cree usted que se maneja en las exportaciones de aguacate?

Depende el modo de transporte si es marítimo o aéreo. Pero casi siempre se maneja lo que es producción - toda la referente a procesos de documentación desde el Ecuador hasta el país de destino y después la distribución del producto.


¡Gracias por su colaboración!





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



Objetivo: Obtener información primaria que permita el desarrollo de la presente investigación con el tema “Alternativas de mercados internacionales para la exportación de aguacate Hass de la empresa Mira Fruits de la provincia del Carchi”, la información obtenida tendrá fines totalmente académicos.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre de la Institución: *Agencia de Regulación y Control Fit y zool sanitario*

Nombre del entrevistado: *Xavier Aguirre*

Área en la que trabaja: *Sanidad Vegetal*

Guía de preguntas

1.- ¿Conoce usted a qué países actualmente Ecuador exporta aguacate tipos Hass?

Principalmente... Ecuador... se... en... en... se... exportando... aguacate Hass... a... países... europeos... como... España... Países... Bajos... Holanda...

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

Estados Unidos es un... mercado... que... actualmente... se... está... abriendo... mucha... y... es... un... país... potencial... en... el... consumo... de... aguacate.

3.- ¿Conoce usted qué requisitos se necesita para ingresar aguacate Hass a mercados internacionales?

Cumplir... con... los... requisitos... fitosanitarios... exigidos... por... el... país... importador.

4.- ¿Cómo apoya el estado a los pequeños productores de aguacate? ¿Considera que el apoyo es suficiente?

... El apoyo a través de la apertura de mercados internacionales con el seguimiento y control de instituciones del estado como Ag. Calidad y A. que un exportador no podría por sí solo abrir un mercado. El apoyo insuficiente del estado se da en cuanto a producción o insuficiente atención en cuanto a maquinaria.

5.- ¿Cuál considera usted que es la mejor forma de ingreso al mercado internacional para exportar aguacate Hass para los pequeños productores?

... Asociatividad con empresas en el país de exportación ya que estas conocen el mercado y pueden comercializar el producto de mejor manera minimizando riesgos para la empresa exportadora.

6.- ¿Cuáles son las barreras arancelarias para la exportación de aguacate Hass?

... Depende mucho de las aranceles comerciales que el Ecuador mantenga con países a donde se quiera exportar el producto.

7.- ¿Cuáles son las barreras no arancelarias para la exportación de aguacate Hass?

... Medida Fitosanitaria o Requisito Fitosanitario dependiendo del país a donde se dirige la exportación y también dependiendo el producto.

8.- ¿Conoce usted cuál es la competencia a nivel internacional de aguacate Hass? //

... El principal competidor a nivel internacional es México y la competencia en América del Sur principalmente está Perú y Colombia.

9.- ¿Qué estrategias deberían aplicar las microempresas para poder exportar sus productos y abrir nuevos mercados?

Asociatividad; Calidad del Producto
Gracias a la asociatividad, el gremio o asociación tienen la ventaja de exigir la apertura a nuevos mercados siempre y cuando se conserve la calidad del producto para mantener la competitividad.

10.- ¿Cuáles considera que son los obstáculos que han tenido los productores para exportar sus productos de aguacate?

Desconocimiento de requisitos y medidas que exige el país al que se pretende entrar ya que los países se encuentran constantemente en cambio de políticas y requisitos por lo que antes de querer ingresar a un país es necesario estudiar bien el mercado para saber que exigencias debo cumplir.

11.- ¿Qué cadena logística cree usted que se maneja en las exportaciones de aguacate?

1. Provedores: cosecha y producción
2. Almacenamiento: todo lo referente a documentación y aduanas
3. Distribución: llegada del producto al cliente final y satisfacer sus necesidades



AGROCALIDAD
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOFITOPATOLOGIA
DIRECCIÓN DISTRICTAL
TIPO B CASCAS
SANIDAD VEGETAL - TULCÁN

Anexo 7. Formulario 003- Entrevista aplicada a Del Rey Avocado Company

Preguntas Respuestas 1 Configuración

1.- How many years ago was Del Rey Avocado born?

1 respuesta

In operation since 1969, Del Rey Avocado is a year-round exporter of avocados from California. With over 40 years of experience running a quality packinghouse, we remain farmers at heart and in practice.

2.- From which countries do you mainly import avocado?

1 respuesta

México, Perú, Chile and Colombia

3.- What varieties of avocado does the company import?

1 respuesta

Del Rey Avocado grows and breeds a number of varieties to meet year-round demand for our premium fruit. Varieties are hassle, hass, strong, rush, bacon, jewel, etc.

4.- How often does the company import Hass avocado?

1 respuesta

Del Rey Avocado can distribute the product throughout the year due to the multiple varieties it offers; however, the month where the largest product is purchased is from January to February, due to the celebration of the super bowl where avocado is one of the most consumed products during these dates. During the weeks prior to the super bowl, imports increased by 30%.

5.- Who are the main buyers of Hass avocado?

1 respuesta

They work with a wide range of clients, from independent grocers and restaurants to large retailers on a national scale. Regardless of your size, the Del Rey Avocado sales team is ready to meet your needs.

6.- What is the purchase price per box of avocado?

1 respuesta

The value of medium size Hass avocado wholesale during the first months of 2021 dropped from 50 to \$60 because California has been increasing the production of this fruit.

7- What container do you prefer when importing avocado?

1 respuesta

Del Rey Avocado has a variety of different packaging options to meet the diverse needs of our customers. For what is more convenient when importing, it is in plastic drawers for greater resistance and damage to the fruit.

After Del Rey Avocado we sell our avocados in 2 general styles: boxes and bags. Both styles have multiple options for the number of fruits per unit, as well as labeling styles.

8- What are the important aspects that you consider when importing Hass avocado?

1 respuesta

Quality because our avocados meet strict food safety standards and we maintain close ties with all our producers around the world. Our field staff personally visit each growing region throughout the year. The avocados we grow and import meet our high standards for the world's most perfect fruit.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

9- What sanitary conditions must the avocado meet?

1 respuesta

First, the avocado must be free of pests and the requirements for the packers is that the product be packed in an environment free of insects within 24 hours after being harvested. Before packing, the fruits must be cleaned to eliminate any weeds that can harbor insects.

10- What organic conditions must the imported product meet?

1 respuesta

Del Rey Avocado is one of the industry leaders for organic avocados. When we saw the increase in demand for organic produce, we knew it was time to start building a strong organic program to supply the market with organic avocados. Therefore, when looking for new suppliers, we have aligned ourselves with a series of farmers who share the same values of sustainability of the products. With the help of these farmers, we have been able to meet the demand for the highest quality organic avocados available to the market.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

11- What specifications must the fruits contain for their importation?

1 respuesta

Del Rey Avocado classifies each packed avocado based on a minimum and maximum weight, so the acceptable size ranges from 12 to 60 size.

12- Does Del Rey Avocado require specific certifications to import the product?

1 respuesta

Del Rey Avocado has supported the avocado industry in the creation and use of Good Agricultural Practices (GAP) and Good Harvest Practices (GHP) programs to ensure that food safety remains a priority in the avocado industry.

The GAP program seeks to identify all potential sources of food contaminants that may exist on an avocado farm. The program is designed to give growers the tools they need to control and monitor any potential sources of contamination commonly found in groves. When growing and harvesting food, there is always the potential for food safety issues. Del Rey Avocado works with growers, using the GAP program, to address these issues.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Anexo 8. Recolección de información





Anexo 9. Mensaje enviado a empresa Del Rey Avocado en California

