



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional**  
**Administrativa y Comercial**

**Carrera**

**Tecnólogo en Comercio Exterior**

**TRABAJO DE TITULACION**

**TEMA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PULPA DE  
GUANÁBANA DE LA EMPRESA AUSTROFOOD CÍA. LTDA. AL  
MERCADO HOLANDÉS PARA EL PERIODO 2021– 2022**

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Comercio  
Exterior**

**Autora**

**GABRIELA MARIBIT ESPAÑA CORTEZ**

**Tutora**

**Ing. Evelyn Carchipulla, Alvarado MSC.**

**Guayaquil- Ecuador**

**Octubre - Noviembre 2021**

## Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Gabriela Maribit España Cortez, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, valido para optar el título de Tecnólogo en Comercio Exterior, titulado: **“Estudio de Factibilidad para la Exportación de Pulpa de Guanábana de la Empresa Austrofood Cía. Ltda. al mercado holandés para el Periodo 2021-2022**, es de mi auditoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

---

Gabriela Maribit España Cortez

C.C.: 080360533-6

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Evelyn Carchipulla, Alvarado, en calidad de Tutora del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Comercio Exterior, cuyo tema es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA DE LA EMPRESA AUSTROFOOD CÍA. LTDA. AL MERCADO HOLANDÉS PARA EL PERIODO 2021-2022,** en la ciudad de Guayaquil, fue elaborado por la señorita **Gabriela Maribit España Cortez**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que siga los dispuestos por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención del título.

---

Tutor de trabajo de Titulación

Evelyn Carchipulla, Alvarado

## **DEDICATORIA**

A lo largo de mi carrera universitaria encontré habilidades y destrezas que puedo ir desarrollando en mi vida profesional; pero lo realmente importante es que siempre obtenga un mejor resultado. Dentro del desarrollo de este proyecto entendí que en los momentos de dificultad la perseverancia es un principio fundamental y que no hay nada mejor que el fruto de todo esfuerzo. Así que dedico este trabajo a Dios, mis padres y mi hermana que han impactado y motivado mi vida personal y profesional, en toda mi trayectoria. Ellos siempre han creído en mis capacidades lo cual me servirá para lograr grandes éxitos.

**Gabriela España Cortez.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a Dios y a toda mi familia quienes me ayudaron a lo largo de mi estudio, por ser ellos los pilares fundamentales en todo y por los cuales hoy en día me encuentro superando esta etapa. A mis docentes que han tenido conmigo un apoyo incondicional en las aulas del instituto, me han enseñado con el ejemplo, superación y constancia. Gracias por la disciplina que aplicaron en cada momento; ya que por ellos hoy culmino una etapa importante en mi vida.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD .....	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	III
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
INDICE DE GRÁFICOS .....	X
INFORME DEL URKUND .....	XI
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT .....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN.....	6
1.1. Marco histórico.....	6
1.1.1. Austrofood Cía. Ltda. ....	6
1.1.2. Origen de la guanábana.....	6
1.1.3. Investigaciones de Estudio de factibilidad .....	7
1.2. Marco Teórico .....	9
1.2.1. Concepto de Estudio de factibilidad .....	9
1.2.1.1. Objetivos de un estudio de factibilidad .....	9
1.2.1.2. Ventajas del estudio de factibilidad.....	10
1.2.1.3. Tipos de estudio de factibilidad.....	10
1.2.2. Exportación.....	12

1.2.2.1. Definición de Exportación. ....	12
1.2.2.2. Tipos de Exportación .....	12
1.2.3. Guanábana.....	17
1.2.3.1. Importancia de la producción y exportación de guanábana .....	17
1.3. Marco Conceptual .....	24
1.4. Marco Jurídico .....	26
<b>CAPÍTULO II METODOLOGÍA EMPLEADA .....</b>	<b>33</b>
2.1. Enfoque de la investigación. ....	33
2.2. Tipos de investigación .....	33
2.3. Métodos de Investigación.....	34
2.3.1. Métodos teóricos:.....	34
2.3.2. Métodos empíricos.....	34
2.4. Universo y Muestra .....	36
Análisis de los Resultados .....	37
2.5. Diseño, análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	37
2.6. Instrumentos para justificar la propuesta Herramienta de Análisis.....	46
2.6.1. Análisis PEST .....	46
2.6.2. Análisis DAFO .....	47
2.6.3. Modelo CAPA .....	48
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>50</b>
<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>50</b>
3.1. Título de la propuesta .....	50
3.2. Objetivo de la propuesta.....	50
3.3. Descripción de la propuesta .....	51
3.4. Factibilidad de la aplicación.....	51

<b>PROPUESTA.....</b>	<b>53</b>
<b>3.5.1. Estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana a Holanda.....</b>	<b>53</b>
<b>3.5.1.1. Antecedentes .....</b>	<b>53</b>
<b>3.5.1.2. Conocer el mercado donde se va a exportar .....</b>	<b>54</b>
<b>3.5.1.3. Análisis de la Competencia.....</b>	<b>68</b>
<b>3.5.1.4. Producto a comercializar Fruta guanábana .....</b>	<b>69</b>
<b>Resultados Esperados en la Aplicación de la Propuesta.....</b>	<b>71</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>72</b>
<b>Recomendación.....</b>	<b>73</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>74</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Partida Arancelaria de la Guanábana.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 2 Exportaciones de Austrofood Cía. Ltda. ....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 3 . Mayores importadores de guanábana en Holanda .....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 4 Principales exportaciones Austrofood Cía. Ltda. ....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 5 Países destino de las exportaciones Austrofood Cía. Ltda .....</i>	<i>21</i>
<b><i>Tabla 8. Resultado de la encuesta pregunta 3 .....</i></b>	<b><i>38</i></b>

## INDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 . Exportaciones de guanábana a Holanda .....</i>	<i>21</i>
<i>Gráfico 2 Exportadores de guanábana del Ecuador.....</i>	<i>22</i>
<i>Gráfico 3 Importadores de guanábana ecuatoriana .....</i>	<i>22</i>

# INFORME DEL URKUND

## CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA DE LA EMPRESA AUSTROFOOD CÍA. LTDA. AL MERCADO HOLANDES PARA EL PERIODO 2021– 2022”**.

## CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **GABRIELA MARIBIT ESPAÑA CORTEZ** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez Vicerrector Académico

## **RESUMEN**

El presente proyecto tiene como propósito el Estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana de la empresa Austrofood cía. Ltda. Al mercado holandés para el periodo 2021– 2022.

Por consiguiente, el proyecto se centró en determinar la factibilidad y aspectos claves como tipo de estudio factibilidad, intención de demostrar que es posible ingresar al mercado holandés comercializando pulpa de guanábana, los aspectos legales que interfieren en la exportación del producto y las ventajas que ofrecen las leyes tanto ecuatoriana, como de la unión europea entre otros aspectos que son indispensables para el estudio de factibilidad y los principales indicadores que señalan si una empresa es viable o no.

### **Palabras Claves:**

Factibilidad

Guanábana

Exportación

Holanda

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is the Feasibility Study for the export of soursop pulp from the Austrofood company. Ltda. To the Dutch market for the period 2021-2022

Therefore, the project focused on determining the feasibility and key aspects such as a type of feasibility study, the intention of showing that it is possible to enter the Dutch market by commercializing soursop pulp, the legal aspects that interfere with the export of the product and the advantages offered by both Ecuadorian and European Union laws, among other aspects that are essential for the feasibility study and the main indicators that indicate whether a company is viable or not.

### **Keywords:**

Feasibility

Soursop

Export

Holanda

## INTRODUCCIÓN

Los proyectos de inversión demandan de herramientas que se evidencien, es decir requiere de un previo estudio para determinar si el mismo es factible o no. En este sentido el estudio de factibilidad que se realiza al inicio de un proyecto de desarrollo este permite visualizar varios escenarios que manifiestan diferentes situaciones. Es preciso insistir, que el estudio de factibilidad se encarga de examinar los diversos factores concernientes con el mercado para determinar las necesidades del tipo de clientes, además nos ofrece una guía para tomar mejores decisiones para el negocio.

No obstante, en la actualidad, el territorio ecuatoriano es considerado como uno de los países con producción superior en frutas no tradicionales a causa de su ubicación geográfica. Entre estos frutos se encuentra la fruta tropical perteneciente a la familia Annonaceae, como es la guanábana, fruto que ha venido acrecentando en estos últimos seis años, debido a la demanda de nuevas generaciones de consumidores por productos no tradicionales que proporcionan nuevos sabores y variedad nutricional, agregando las cualidades terapéuticas que tiene este fruto para beneficio de la salud. Entre estas exquisiteces se encuentra: la guanábana que ya no es requerida sólo en Estados Unidos, sino que también en Europa, Asia y el consumismo nacional por supuesto.

Por otro lado, Ecuador se encuentra en un proceso de globalización que permite permanecer en una prueba importante entre los acuerdos comerciales y otros países. Aunque las actividades de exportación permiten que otras empresas tengan clientes especiales que ayuden a incrementar las ganancias. Uno de los puntos fuertes de guanábana es que cuenta con certificaciones de calidad internacional que garantizan la excelencia de sus procesos alimentarios, haciendo de estos productos seguros para su comercialización y consumo.

Esta especie de fruta se desarrolla desde el nivel de los suelos en que se planta la guanábana los huecos deben ser profundos, arenosos y con un buen drenaje. Los suelos donde se planta la guanábana debe ser un suelo con una zona que tenga el clima apropiado para el cultivo de este frutal.

Por tal razón, es factible estudiar los factores económicos más importantes que se deben analizar para disponer una valoración de resultados claro que permitan la factibilidad de exportar la pulpa de guanábana de la empresa Austrofood Cía. Ltda. al mercado holandés para el periodo 2021– 2022.

Austrofood Cía. Ltda., con su marca comercial “WanaBana”, es una compañía ecuatoriana constituida en el año 2008, cuya actividad principal consiste en el procesamiento de productos alimenticios y Exportación de Frutas, y se encuentra inscrita en Sangolquí.

Sus plantaciones se encuentran ubicadas en Río Verde, perteneciente a la provincia de Esmeraldas, y su planta procesadora está ubicada al sur de la ciudad de Quito, en el sector de Guajaló. En este presente trabajo se va a elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana de la empresa Austrofood Cía Ltda. en la cual habrá un análisis interno y externo de la empresa donde se mostrará las actividades para exportar a otros países del mundo.

AUSTROFOOD Cia Ltda. Está comprometida en satisfacer las expectativas de sus clientes mediante la elaboración de productos derivados de frutas frescas que cumpla parámetros de calidad, inocuidad, legalidad y autenticidad se enfoca aplicar sistemas de gestión como BPM, HACCP, BRC, SGCS BASC y otras normas reconocidas nacional e internacionalmente.

La empresa está formada para producir y procesar pulpa de guanábana, con el fin de enfocar un círculo de producción desde el inicio hasta el final de la entrega del producto procesado. Los productos son transportados el mismo día de su cosecha, desde el punto de recolección de la guanábana hasta la planta de industrial de Quito, donde se realizan procesos como la selección de las materias primas, así como su limpieza, maduración y transformación a purés o pulpas, según el caso.

Es necesario resaltar, que la empresa Austrofood Cía. Ltda no explota el alto nivel de producción de pulpa de guanábana, pese a que con la producción proveería tanto el mercado local e internacional. Este tema fue elegido por la necesidad de realizar el estudio de factibilidad para exportar la pulpa de guanábana al mercado holandés, teniendo en cuenta

una información flexible sobre esta fruta y así poder tener en claro los diferentes beneficios de la guanábana, ya que existen también diferentes tipos de precios con relación al producto por lo que desconoce en algunos países los beneficios de esta fruta. Quienes conocen a la guanábana saben lo valiosa que es, ya que posee un buen precio tanto a nivel local como internacional.

Es muy factible mencionar en este proyecto la pulpa de guanábana ya que el consumo en general es de un porcentaje mínimo, aunque la industrialización está muy proporcionada al aprovechamiento y distribución de este producto.

En el desarrollo de esta tesina se espera obtener un excelente estudio con el personal de la empresa en la cual se tendrá un conocimiento de la exportación del producto que vamos a exportar. Se tiene como finalidad tener muchos estudios en la empresa para así tener conocimiento de los procesos de gestión de exportación de pulpa de guanábana en la cual se tendrá controles en las producciones de pulpa.

En este trabajo investigativo se realizará un estudio de mercado de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana a la empresa Austrofood para tener una excelente comercialización en la cual se tendrá un procedimiento logístico para así tener un mercado holandés exportable con mucho empleo en la empresa.

El presente trabajo investigativo se ejecuta por la importancia que tiene las necesidades de desarrollo nacional, regional y local, que propendan el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de la zona en estudio. En este sentido la comercialización de frutas tropicales en el mercado internacional genera expectativa de la fruta en etapa natural y de sus derivados, entre ese grupo de fruta está la guanábana como una de las más codiciadas por su sabor y propiedades positivas para la salud humana. Por estas razones se propone como tema de tesis: “estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana de la empresa AUSTROFOOD CÍA. LTDA. Al mercado holandés.

Este proyecto tiene como propósito realizar un estudio de factibilidad para exportar pulpa de Guanábana al mercado holandés. Se seleccionó el producto mencionado considerando las siguientes razones:

- Las cualidades nutricionales de la fruta son muy beneficiosas para tener una buena calidad de vida.
- La tendencia de consumo en el mercado europeo de frutas tropicales cada vez es más grande.
- La aceptación que tiene la pulpa de guanábana en Holanda, refleja un excelente mercado para ingresar con este producto.

El presente trabajo tiene la intención de demostrar que es posible ingresar al mercado holandés comercializando pulpa de guanábana, donde son muy apreciados los frutos no tradicionales. Esta es una oportunidad para generar un nivel mayor de ingresos, ya que la apertura a Holanda implica la llegada de guanábana a la Unión Europea, donde hay una población total de 448 millones de habitantes

### **Formulación del problema**

¿Qué tan factible es para la empresa AUSTROFOOD CÍA. LTDA exportar pulpa de guanábana, al mercado holandés?

### **Formulación del objetivo**

Elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana al mercado holandés, por parte de la empresa AUSTROFOOD Cía. Ltda.

El presente proyecto investigativo lleva la realización de una propuesta basada en el desarrollo de la investigación y el estudio de los varios aspectos que se establecieron durante el progreso de la misma, por ende, el presente tema se divide en tres capítulos que se detallan a continuación:

La introducción donde se postula la descripción de la situación problemática y consigo se genera la formulación de los problemas, además la justificación del tema propuesto, se postula el objetivo que se desean llegar a concluir con la realización de la tesis.

### **La presente tesina está estructura de la siguiente manera:**

En el Capítulo I comprende la fundamentación teórica, la misma que incluye marco histórico: se presentan los antecedentes de la investigación, de los objeto de estudio, el marco Teórico, donde constan los conceptos ideas y criterios de autores y demás temas relacionados con el trabajo como son estudio de factibilidad, exportación, guanábana; el marco contextual se sustentan el trabajo y detalla la parte esencial del tema en el desarrollo del trabajo de titulación, finalmente, el marco legal, las normas nacionales e internacionales empleadas en la construcción del proyecto de investigación.

En el capítulo II nombrado la metodología; en esta sección se detalla los tipos y métodos de investigación empleados para recopilar la información la selección y extracción de la muestra, las técnicas de la recolección de datos, el análisis e interpretación de resultados y finalmente las herramientas de análisis.

En el Capítulo III que se denomina la propuesta; el mismo que consta de los siguientes puntos datos informativos, título de la Propuesta, objetivo de la Propuesta, descripción de la propuesta, factibilidad de aplicación y finalmente, herramientas tecnológicas asociadas a su propuesta.

Finalmente, se encuentra el apartado de conclusiones y recomendaciones del estudio, donde se presenta un resumen de los resultados, junto con los avances logrados por medio de la presente tesina

## **CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN**

### **1.1. Marco histórico**

#### **1.1.1. Austrofood Cía. Ltda.**

Austrofood Cía. Ltda., con su marca comercial “WanaBana”, es una compañía ecuatoriana constituida en el año 2008, cuya actividad principal consiste en el procesamiento de productos alimenticios y Exportación de Frutas, y se encuentra inscrita en Sangolquí.

Sus plantaciones se encuentran ubicadas en Río Verde, perteneciente a la provincia de Esmeraldas, y su planta procesadora está ubicada al sur de la ciudad de Quito, en el sector de Guajaló. En este presente trabajo se va a elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana de la empresa Austrofood Cía Ltda. en la cual habrá un análisis interno y externo de la empresa donde se mostrará las actividades para exportar a otros países del mundo.

#### **1.1.2. Origen de la guanábana**

Según Pozorski & Pozorski (1997), en cuanto a sus investigaciones arqueológicas de los últimos años, consideran que la “guanábana” está presente en Perú después del 1000 d. C., asociada principalmente con sitios de la cultura Chimú

En este sentido, (Cifuentes, 2019), la guanábana es una fruta originaria del Perú y de algunas regiones de Sudamérica, en Perú se cultiva mucho en la zona tropical de Chanchamayo en la selva tropical, Lima, San Martín, también se la pueden observar en otros países en áreas cálidas de Ecuador, Brasil, Colombia, Venezuela, Los antiguos habitantes pre-hispánicos del Perú han encontrado vasijas de cerámicas con representaciones de esta fruta a lo largo del litoral peruano.

En Ecuador, según, los estudios del Programa de Fruticultura del INIAP, ha investigado una variedad morfológica entre árboles silvestres, en aspectos como tipo de desarrollo, forma y color de hojas y ramas; al igual que en frutos en donde se ha reconocido

multiplicidad en formas, entre ellas cilíndrica, acorazonada, aperada, redonda; con una gran diferenciación en tamaño, porcentaje de pulpa, número de semillas, sabor, entre otras.

Es preciso insistir, que Ecuador forma uno de los cultivos frutales más competentes ya que el precio de comercialización es atractivo, vale resaltar que los principales lugares de cultivo están en la Península de Santa Elena y la provincia del Guayas, existen otras zonas donde este frutal crece en forma endémica como es la zona Sur de la provincia de Manabí y áreas rurales de la provincia de Santo Domingo de los Colorados. También se puede encontrar árboles dispersos a lo largo y ancho del litoral ecuatoriano hasta una altura de 800 msnm.

### **1.1.3. Investigaciones de Estudio de factibilidad**

El siguiente trabajo pretende realizar un Estudio de factibilidad, por lo que se ha considerado los siguientes proyectos de tesis de diferentes instituciones académicas a continuación se presenta.

Pico, G (2020), presento su trabajo de tesis Estudio de Factibilidad Económica para la exportación de pulpa de guanábana sellada al vacío al estado de Baviera, Alemania.

Donde analizó que, la empresa EXOFRUT tiene plantaciones respectivas, maquinarias suficientes para cumplir con la producción y hay un convenio de comercialización otorgado a Ecuador del producto con arancel del 0%. Sumado que, tiene experiencia porque envía a los EEUU la fruta y no tendrá que esperar los primeros cuatro años para cosechar lo que demuestra un proyecto económicamente viable. El país destinatario, sólo solicita el 12% de la exportación permitiendo empezar con un flujo efectivo sin deuda y esperando la rentabilidad del 28,40% con tasa interna de retorno del 44%, además presenta un VAN del \$127.145,83. Si los representativos solicitarían una deuda para el flujo efectivo la rentabilidad sería del 19,08% con retorno del 62% y presentando un positivo VAN \$310.637,38. Esto demuestra que la comercialización planteada es factible desde el punto de vista técnico y financiero y se suma a la incrementación de plazas de trabajo que tanto falta hace en la sociedad ecuatoriana.

Beltrán, K. (2016). Elaboro el proyecto de grado en la Universidad Técnica de Machala, con el tema: estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y exportación de néctar de guanábana en el cantón Machala, provincia de El Oro, hacia el mercado chileno”.

El presente estudio de investigación pretende contribuir, al aprovechamiento de guanábana ya no solo como materia prima o como pulpa congelada sino de mejorar su presentación en la comercialización de subproductos como el néctar de guanábana. La diversificación productiva es el camino hacia el progreso y desarrollo de las naciones; es por ello que la presente investigación busca mejorar el ambiente tanto para los proveedores como para la población general.

Siendo ese el propósito en sí de la investigación realizada, se espera que este beneficio directo cause efectos secundarios positivos como es a la contribución de la generación de nuevas plazas de trabajo, generación de nuevas divisas al país y provincia; sin olvidar mencionar el impulsar el desarrollo industrial en la provincia dándole así un lugar de reconocimiento en el desarrollo del país y de la región 7.

## **1.2. Marco Teórico**

### **1.2.1. Concepto de Estudio de factibilidad**

Diversos autores han mencionado su criterio respecto a lo que significa el estudio de factibilidad. A continuación, se describirán algunas de las definiciones que encontramos a través del tiempo.

Para (Conocimientosweb.net, 2015),

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. (p. 1)

Por otra parte, (Varela, 2010), plantea que “el estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”. (p. 1)

Para, (Cerde, 2003), considera que el “estudio de factibilidad ayuda a ordenar las alternativas de un proyecto de una manera correcta y poder asegurar los criterios optimizados de los recursos económicos.”

En este sentido, (Varela, 1997) Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible “que se puede hacer”.

#### **1.2.1.1. Objetivos de un estudio de factibilidad**

Los objetivos del estudio de factibilidad consisten en determinar los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y de cómo utilizar algo de una forma sistemática, explícita y ordenada sobre las que debe seguir en la empresa. Entre los que se destacan a criterio de la autora del presente trabajo investigativo.

- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Conocer si la gente comprará el producto.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias

#### **1.2.1.2. Ventajas del estudio de factibilidad**

Algunas de las ventajas que se presentan en la realización del estudio de factibilidad son:

- Identificar riesgos: diseñar diversas estrategias que permitan minimizar los riesgos.
- Minimizar gastos: se establece la ruta para disminuir de gastos.
- Toma de decisiones adecuadas: Ayuda al desarrollo del proyecto.

#### **1.2.1.3. Tipos de estudio de factibilidad**

El objetivo de los tipos de factibilidad es precisar de la viabilidad del proyecto, por otra parte, recopila y analiza los diversos informes y decide si se lleva a cabo el proyecto, en este sentido autores de la talla de Pacheco, J (2021), Corvo, H. (2019), Rus, E. (2020), Escalona, A. (2019), han descrito los tipos de estudio de factibilidad, donde coinciden en las diferentes formas que indican si se pueden conseguir unas metas determinadas con una serie de recursos disponibles.

La autora del presente trabajo investigativo coincide con la postura de Rus, E. (2020), con la clasificación de tipo estudio de factibilidad que se presentan a continuación:

- **Factibilidad financiera:** Esta se centra sobre todo en el aspecto económico. De esta manera se interesa por la inversión inicial, los diferentes gastos y los ingresos esperados, así como las formas de financiación.
- **Factibilidad comercial:** Esta es quizá la más relevante. Analiza la viabilidad en el mercado de un producto o servicio. Se interesa, sobre todo, por satisfacer las necesidades del cliente que a su vez es el centro de toda empresa.
- **Factibilidad técnica:** Aquí la tecnología adquiere especial relevancia. Se busca conocer qué recursos técnicos precisa la empresa para llevar a cabo un proyecto. Sobre todo, los relacionados con las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- **Factibilidad operativa:** Esta es similar a la anterior, pero tiene en cuenta los procesos productivos. Así, estará interesada en conocer las diferentes fases de realización de un producto o creación de un servicio y sus costes.
- **Factibilidad legal:** Como su nombre indica estudia las leyes, normas o reglamentos que afectan a un negocio o un proyecto empresarial. Por tanto, en este caso lo que interesa es el marco jurídico necesario para llevarlo a cabo.
- **Factibilidad política:** Esta es muy habitual, sobre todo, en grandes empresas. Lo que intenta averiguar es si esta cumple con sus convenios y acuerdos internos.

Para el desarrollo de la propuesta la autora va a considerar la factibilidad comercial, la cual va a guiar a la empresa Austrofood Cía Ltda., conocer bien el sector y a recopilar la información posible del mercado que desea alcanzar.

## **1.2.2. Exportación**

### **1.2.2.1. Definición de Exportación.**

Según la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN (2016), Exportación es la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país o a una zona franca industrial de bienes y servicios, con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma. El Estado regula la salida del país de los recursos genéticos y su utilización, de acuerdo con el interés nacional.

Para, Montes de Oca, J (2015), “Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional”.

Por otra parte, Hill, 2007, plantea que la “exportación se define como la venta de productos producidos en un país para residentes de otro”.

### **1.2.2.2. Tipos de Exportación**

Zambrano, B (2018), plantea la siguiente clasificación de los tipos de exportación.

#### **Exportación directa**

Es el tipo de exportación realizado directamente por la empresa productora sin tener intermediario alguno en el proceso, o sea todas las negociaciones de envío internacional es gestionado por la empresa productora.

#### **Exportación indirecta**

Es la exportación donde siempre hay un intermediario quien realiza las negociaciones entre la empresa productora y el país donde se exporta la mercancía. Los intermediarios se encargan de captar a los clientes y de todo el proceso de exportación, quienes tienen una gran experiencia en este sector.

### **Exportación definitiva**

Es la exportación donde la mercancía enviada al mercado internacional será consumida en dicho mercado, por tanto, el país de origen de esta mercancía nunca tendrá el retorno de ella, a excepción de que posea algún desperfecto o que incumpla con las condiciones del contrato de compraventa y de las reglas de la aduana.

### **Exportación concertada**

Se refiere a las exportaciones que surgen de la colaboración de varias empresas, donde las mercancías trasladadas pertenecen a diversos fabricantes que tienen el mismo bien y destino común.

### **Exportación temporal**

Este tipo de exportación sucede cuando se envía mercancía a un determinado mercado internacional, pero esta tendrá que permanecer por un tiempo, según las condiciones de la aduana, antes de ser enviada al mercado en la cual fue nacionalizada.

### **Exportaciones prohibidas o restringidas**

Son las exportaciones donde las mercancías o productos que trasladan van en contra de la legalidad y seguridad nacional, lo cual puede afectar el medio ambiente y el patrimonio cultural.

### **Exportaciones libres o no restringidas**

Se trata de las exportaciones de aquellas mercancías que pueden sacarse del país sin romper con las normas de seguridad y sin violar las restricciones legales.

### **Exportaciones tradicionales**

Son las exportaciones que trasladan los mismos productos con frecuencia, donde el país de destino depende de esta mercancía. Ejemplo de ello es el petróleo.

### **Exportación no tradicional**

La CEPAL estableció lo siguiente: Se consideran bienes de exportación no tradicional a todos aquellos no incluidos en la lista de productos de exportación tradicional.

Su exportación puede ser un fenómeno nuevo para el país productor; el país exportador podría encontrar un nuevo mercado para este rubro; el producto puede aparecer en el mercado fuera de la temporada tradicional; y la exportación del producto debe ser de cierta importancia para algún sector de la economía del país (Cepal, 2000).

### **Requisitos y trámites para exportar**

Para este proceso, las personas de carácter natural, jurídica o perteneciente al sector público poseen la jurisdicción para poder importar o exportar en concordancia a sus actividades, finalidad o requerimientos. Para esto, es importante considerar ciertos requisitos para ser parte de la exportación aduanera en el caso de personas jurídicas.

#### **Los requisitos son los siguientes:**

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web de la Corporación Aduanera (CAE).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Productividad cuando se refieran a:
- Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

Además, las exportaciones que se realicen deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (en este caso por ser un producto alimenticio de consumo humano, sólo requiere contar con un 113 Registro sanitario, que es otorgado por el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de transporte.

### **Comercio Justo**

Sanchis, R (2006), señala que el comercio justo se desarrolla principalmente en los países más desfavorecidos y apoya de manera normal los previo a sus proveedores y establecer relaciones comerciales estables en el tiempo preciso. El comercio justo tiene una relación muy comercial que está relacionada con un dialogo de transparencia.

El comercio justo ofrece a los productores un buen trato y buenos términos de intercambio que ayuda a mejorar y planificar, este comercio ayuda a los consumidores a reducir la pobreza en los países. Este comercio tiene como objetivo garantizar los costos de producción sostenible de los productores para cubrir un precio alto en el mercado (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, 2011).

El comercio justo ayuda a fomentar el desarrollo de los patrones productivos, sostenibles, a pequeños agricultores con respecto a los autores de cada mercado.

## **Guía de Comercio**

La economía de los Países Bajos es de mercado abierto y depende en gran medida del comercio internacional, y son considerados “una de las diez economías con mayor volumen de exportación en el mundo y figura en el ranking de los veinte países con mayor PIB” (Guía de Comercio, 2012).

## **Comercio Internacional**

Según, Giler, A. (2015), el comercio internacional “es muy importante para el desarrollo de las comunidades teniendo en cuenta la creación de los imperios coloniales. Desde el inicio del comercio las poblaciones intercambiaban los bienes por medio de trueque”. El comercio internacional es el intercambio de bienes, servicios, productos donde existe una actividad económica entre otros países, se conoce como exportaciones e importaciones.

## **Acuerdo Multipartes**

Es un tratado que permite la total apertura del mercado europeo, pero sobre todo mejorar las condiciones del país para competir de manera exitosa. Una de las características del acuerdo es el principio de asimetría, el cual implica que, para la importación de productos, Ecuador está en la obligación de proteger su producción, acordando períodos largos de transición para sus sectores estratégicos (Hidalgo & Iturriaga, 2019).

El 11 de noviembre del 2016 se firmó un acuerdo entre la Unión Europea y un bloque de países conformado por Ecuador, Perú y Colombia, que permite el ingreso de productos con desgravación arancelaria parcial o total (Hidalgo & Iturriaga, 2019).

## **Logística**

La logística son todas las operaciones llevadas a cabo para hacer posible que un producto llegue al consumidor desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de su producción. Son principalmente las operaciones de transporte, almacenamiento y distribución de los productos en el mercado. Por ello, se considera a la logística como operaciones externas a la fabricación primaria de un producto (Sevilla, 2020).

Holanda, también conocido como Los Países Bajos, es un destino importante para tener relaciones comerciales, gracias a su ubicación geográfica, ya que sus canales de ventas resultan accesibles para los mercados europeos, del Medio Oriente y de África (región EMEA), además de su infraestructura bien organizada (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, 2011).

### **1.2.3. Guanábana**

La pulpa de guanábana es muy jugosa y carnosa, el consumo de esta fruta se puede hacer muy frecuentemente debido a que tiene muchos beneficios nutricionales. En la Resolución 020-2017 del COMEX se encuentra la nomenclatura de las partidas arancelarias para convenios internacionales, donde se puede encontrar a la guanábana dentro de la categoría de los frutos comestibles (no cuenta con una partida como pulpa).

#### **1.2.3.1. Importancia de la producción y exportación de guanábana**

La importancia de la producción y exportación de guanábana en el Ecuador se presenta como una oportunidad de cambio en la matriz productiva, en la cual la economía del país es muy vulnerable a los cambios. Al importar la pulpa de guanábana es una fuente de ingreso para el país además sus propiedades nutricionales y terapéuticas recalcan su contribución en la cura del cáncer en el mercado extranjero.

#### **Descripción de la guanábana**

La guanábana tiene forma ovalada, mide 30 centímetros y su peso es de 2 y 7 kilos, su corteza verdosa es delicada, la pulpa es color blanco, cremosa, jugosa, dulce y ligeramente ácida (PACIFIC FRUIT , 2020)

#### **Comercialización de la Guanábana**

En el año 2000 la pulpa de guanábana tuvo 3% de valor en comercio exterior en la cual tuvo un mayor porcentaje que el jugo de guanábana, el total que registró el crecimiento fue de 10,9%.

### Propiedades de la guanábana

- Ayuda a combatir las células cancerosas.
- Regula la concentración de glucosa en la sangre.
- Ayuda a tener buena digestión.
- Baja los niveles de colesterol y triglicéridos.

Por lo general la guanábana es una fruta con muchas propiedades para prevenir y curar enfermedades.

### Beneficios y nutrimentos que aporta la guanábana

Según Paulina (2020), la guanábana es una fruta rica en vitaminas A y C, y en minerales se destaca el potasio y el zinc. Contiene 53 calorías, proteínas 1g, 0.97g de grasa, 14.6g de hidratos de carbono, mientras que la mayor parte del peso es de 82.8g.

*Tabla 1 Partida Arancelaria de la Guanábana*

<b>Sección II</b>	<b>Productos del reino vegetal</b>
<b>Capítulo 8</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
<b>08.11</b>	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar y otro edulcorante
<b>0811.90.95.00</b>	Guanábana ( <i>Annona muricata</i> )
<b>Unidad de medida según arancel</b>	KG
<b>Tarifa Arancelaria</b>	15

**Fuente:** COMEX (2017)

**Elaborado por:** La autora (2020)

Las exportaciones de guanábana dirigidas a Holanda son realizadas por Canadá (12.7%), Polonia (11.5%), Alemania (9.5%), Bélgica (9.1%), seguidos por Perú, el único país latinoamericano, con un 6.6% del total, India, Italia, China y Vietnam. (Tridge, 2020).

Tabla 2 Exportaciones de Austrofood Cía. Ltda.

Ítem	Peso	US\$ FOB
<b>Guanábana fresca</b>		
Francia	2.260,00	\$ 100,00
Italia	78,00	\$ 100,00
España	40,00	\$ 200,00
<b>Pulpa de mango</b>		
Puerto Rico	6.018,00	\$ 5.000,00
<b>Total General</b>	<b>8.396,00</b>	<b>\$ 5.400,00</b>

Fuente: COMEX (2017)

Elaborado por: La autora (2020)

Austrofood Cía. Ltda. solo cuenta con registros de exportaciones en el 2017, donde se comercializó guanábana a Francia, Italia y España; además de pulpa de mango que se dirigió a Puerto Rico, llegando así a comercializar un total de 8.396,00 kilos de productos por un valor de \$5.400,00. Esto muestra la poca incursión de la compañía para negociar con países extranjeros.

Tabla 3 . Mayores importadores de guanábana en Holanda

Import Source	Import%	20/01	20/02	20/03	20/04	20/05	20/06	20/07	20/08
Global		\$11.91M	\$12.79M	\$16.56M	\$9.26M	\$14.76M	\$11.87M	\$9.12M	-
Canada	12.7%	\$1.53M	\$2.30M	\$2.78M	\$2.32M	\$2.44M	\$1.43M	\$1.41M	-
Poland	11.5%	\$1.11M	\$1.29M	\$1.67M	\$1.31M	\$1.83M	\$1.02M	-	-
Germany	9.5%	\$992.16K	\$1.10M	\$1.62M	\$156.84K	\$1.89M	\$1.83M	-	-
Belgium	9.1%	\$1.30M	\$1.58M	\$1.77M	\$1.14M	\$1.19M	\$1.29M	-	-
Peru	6.6%	\$580.43K	\$1.11M	\$2.60M	\$622.01K	\$701.01K	\$1.01M	-	-
India	4.8%	\$510.12K	\$368.78K	\$575.05K	\$215.32K	\$436.05K	\$392.96K	-	-
Italy	4.4%	\$396.14K	\$516.63K	\$446.89K	\$168.67K	\$522.09K	\$626.70K	-	-
China	4.4%	\$801.47K	\$640.94K	\$505.52K	-	\$400.39K	\$317.02K	-	-
Vietnam	3.1%	\$262.84K	\$239.79K	\$435.78K	-	\$394.65K	\$670.38K	-	-

En el análisis se presenta la particularidad de que, a pesar de que Canadá es el mayor proveedor de guanábana a Holanda, este mismo país importa la fruta al Ecuador, siendo su mayor comprador a nivel mundial, con un valor de \$19.23 el kilo. Cabe indicar que este es precio más alto por kilo al que ha tenido acceso el mercado ecuatoriano. En el 2016, el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) indicó que se produjeron alrededor de 3.000 toneladas de guanábana en el Ecuador. (Bonilla, 2016).

Para fines de análisis, se han tomado en consideración las exportaciones de los meses de marzo a mayo del año 2020. Austrofood Cía. Ltda. comercializa alrededor de \$4.000.000 FOB en el exterior al año. Su producto estrella son las pulpas y purés de fruta, las cuales representan un 66.9% del total de las ventas. En sexto lugar se encuentra la guanábana, con un valor de \$11.400 FOB trimestral, el cual representa apenas el 0,95% de sus ingresos por exportaciones.

Tomando en cuenta que este valor solo muestra las ventas de un periodo de tres meses, podría estimarse que el valor promedio de exportaciones totales anuales de guanábana se encuentra alrededor de los \$45.600 FOB.

*Tabla 4 Principales exportaciones Austrofood Cía. Ltda.*

Partida Arancelaria	Total US\$ FOB	%
2008999000 LAS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES	802.339	66,90%
2007999290 LOS DEMÁS. SE EXCEPTUA PRESENTAR CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO	220.258	18,37%
2007999250 DE MANGO	83.311	6,95%
2007999230 DE MANZANA	41.744	3,48%
0810904000 PITAHAYAS (CEREUS SPP.)	27.700	2,31%
0810902000 CHIRIMOYA, GUANABANA Y DEMAS ANONAS (ANNONA SPP.)	11.400	0,95%
1211909000 LAS DEMÁS PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS Y FRUTOS	8.423	0,70%
0810901010 GRANADILLA (PASSIFLORA LIGULARIS)	1.400	0,12%
0810901020 MARACUYA (PARCHITA) (PASSIFLORA EDULIS)	1.400	0,12%
0810905000 UCHUVAS (UVILLAS) (PHYSALIS PERUVIANA)	700	0,06%
2007911000 CONFITURAS, JALEAS Y MERMELADAS	560	0,05%
4819600000 CARTONAJES DE OFICINA, TIENDA O SIMILARES	2	0,00%
<b>Total</b>	<b>1.199.237</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Veritrade (2020)

**Elaborado por:** La autora (2020)

En cuanto a los países de destino, Austrofood realiza el 72.43% de sus exportaciones a los Estados Unidos, con un volumen de ventas de 347.967 kg de productos, mientras que Holanda se encuentra en noveno lugar con un volumen de apenas 336 kg, y un 0.13% del total de exportaciones.

Tabla 5 Países destino de las exportaciones Austrofood Cía. Ltda

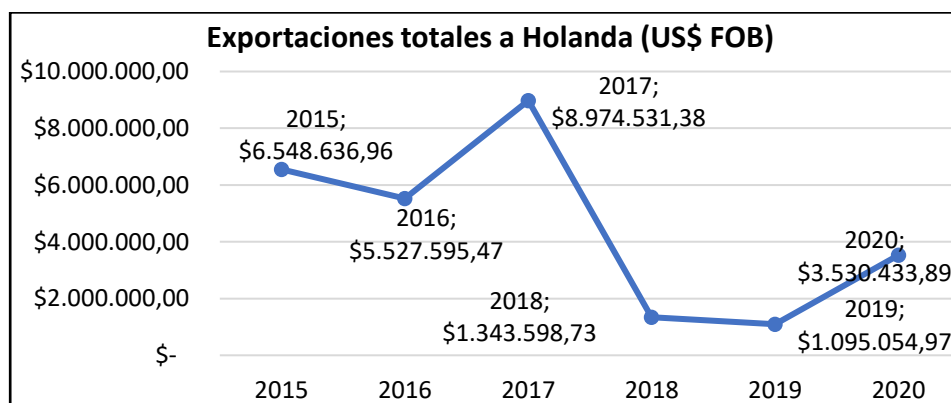
Lugar	País Destino	%	Total kg
1	ESTADOS UNIDOS	72,43%	347.967
2	PUERTO RICO	15,55%	60.845
3	CHINA	5,10%	20.594
4	PARAGUAY	3,40%	12.305
5	PERU	1,96%	5.616
6	CANADA	0,83%	520
7	FRANCIA	0,31%	7.847
8	HONG KONG	0,23%	5.884
9	HOLANDA	0,13%	336
10	ALEMANIA	0,03%	242
11	ITALIA	0,02%	114
	<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>462.270</b>

Fuente: (Veritrade, 2020)

Elaborado por: La autora (2020)

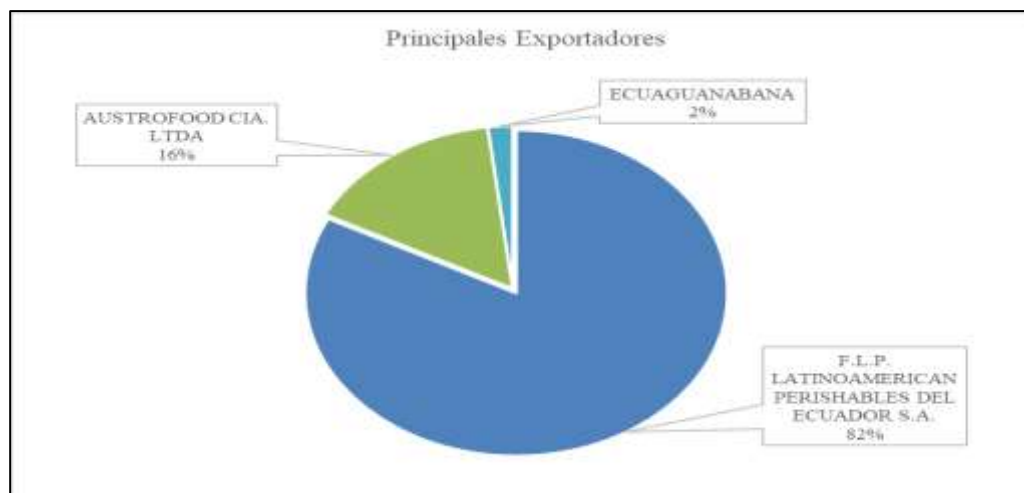
En cuanto a los países que exportan guanábana al mundo, se encuentran tres empresas, donde se manejan alrededor de \$292.971 FOB anuales, siendo la de mayor tamaño F.L.P. Latinoamerican Perishables del Ecuador S.A., con un volumen del 82.54% de exportaciones, seguido por Austrofood Cía Ltda. con el 15.56%, y finalmente Ecuaguanábana con el 1.89% del total de exportaciones.

Gráfico 1 . Exportaciones de guanábana a Holanda



Fuente y Elaboración: La autora (2020)

Gráfico 2 Exportadores de guanábana del Ecuador



Fuente: Veritrade (2020)

Elaborado por: La autora (2020)

### Importadores de guanábana ecuatoriana

Existen ocho países que importan guanábana ecuatoriana, donde el principal es Holanda, con un estimado de 14.060 kg al año, y representa un 28.84% del total.

Gráfico 3 Importadores de guanábana ecuatoriana

País Destino	Total US\$ FOB	%	Total KG
HOLANDA	21.125	28,84%	3.515
ESPAÑA	16.875	23,04%	4.160
RUSIA	13.860	18,92%	1.950
CANADA	10.000	13,65%	520
FRANCIA	3.858	5,27%	7.144
EMIRATOS ÁRABES	3.835	5,24%	580
ALEMANIA	3.089	4,22%	456
HONG KONG	600	0,82%	4.746
<b>Total</b>	<b>73.243</b>	<b>100,00%</b>	<b>23.071</b>

Fuente: Veritrade (2020)

Elaborado por: La autora (2020)

Austrofood solo comercializa este producto a tres países de este listado: Canadá (87.72%), Francia (7.02%) y Hong Kong (5.26%), donde ellos son los únicos proveedores para Canadá y Hong Kong (Veritrade, 2020). Además, los precios por kilogramo de producto fluctúan desde \$0.126 (Hong Kong) hasta \$19,23 (Canadá), pero el valor promedio a nivel mundial es de \$6 y \$7.

De acuerdo con el portal de análisis de comercio exterior Tridge, se conoce que el mercado de importaciones de guanábana de Holanda se ha mantenido constante durante los últimos tres años, con una ligera variación de +0.3%, luego de presentar una contracción del 32.9% a periodos anteriores, con cierre en el 2019 (Tridge, 2020).

### 1.3. Marco Conceptual

Se señalan los términos o conceptos de mayor uso para el desarrollo de la tesis:

**Aduana.** - La aduana nos permite tener un control de entrada y salidas de las mercancías que son transportadas a otros países.

**AGROCALIDAD** Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.

**Análisis estratégico.** - En el análisis estratégico podemos revisar datos relevantes para obtener una evolución de factores internos y externos que afecten a la producción de la pulpa de guanábana.

**Annona muricata.** - Annona muricata más conocida como guanábana es una planta muy utilizada para las enfermedades del cáncer.

**Arancel.** - es un impuesto que se impone a un bien o servicio que son objeto a las importaciones e importaciones.

**Balanza comercial.** - es un registro de la economía que cada país tiene donde se recolectan las importaciones y exportaciones del comercio de mercancías.

**Cadena de frío.** - son normas de procedimiento que ayudan a tener un almacenamiento perfecto a los servicios de salud desde un nivel local hasta un nivel internacional, están conectados a una refrigeración que conserva una temperatura recomendada.

**Cadena productiva.** - se refiere al conjunto de procesos y recursos que permitan a uno o varios productos que lleguen al mercado en un contenido determinado.

**Calidad.** - En la calidad encontraremos varias satisfacciones de necesidades de los clientes, debemos diseñar, generar, producir para entregar un producto satisfactorio, calidad es una solución no es un problema.

**Estrategias.** - Es la manera como se llega a establecer ciertas medidas para enfrentar obstáculos políticos, económicos y financieros.

**Estudio de factibilidad** es una herramienta que utiliza para orientar y conducir de manera adecuada la toma de decisiones dentro de la evaluación de un determinado proyecto, es de gran ayuda durante la última fase de la formulación dentro del desarrollo de un proyecto.

**Exportación.** - es un componente muy importante en el área de exportar algún producto que nos permite vender a otros países.

**INIAP:** Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.

**Licencia de exportación:** autorización oficial que concede permiso para exportar mercancías especificadas, dentro de un plazo concreto.

**LORCPM** Ley Orgánica de Regulación del Control del Poder de Mercado.

**MAGAP:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, y Pesca.

**Matriz productiva.** - es un ordenamiento de procesos productivos diferentes maneras dinámicas que nos ayuda a intersecar, diversificar en la cual se puede ampliar la cantidad de insumos con un fin de agrandar la productividad.

**Productividad.** - La productividad sirve para tener un factor de producción obtener un equilibrio y un alto rendimiento para tener una relación que se produce para obtener una producción.

**Proyecto.** - Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema a que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana. Cualquiera sea la necesidad que se pretende implementar, la inversión, la metodología.

#### **1.4. Marco Jurídico**

El marco jurídico para el presente proyecto se sustenta en la Constitución de la República del Ecuador (2008), Plan Nacional Toda una Vida, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI 2010), Ley de comercio exterior e inversiones "LEXI"(2014), Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos. (2020), entre otros.

##### **Constitución de la República del Ecuador**

**Art. 84.-** La Asamblea Nacional y todo órgano con potestad normativa tendrá la obligación de adecuar, formal y materialmente, las leyes y demás normas jurídicas a los derechos previstos en la Constitución y los tratados internacionales, y los que sean necesarios para garantizar la dignidad del ser humano o de las comunidades, pueblos y nacionalidades. En ningún caso, la reforma de la Constitución, las leyes, otras normas jurídicas ni los actos del poder público atentarán contra los derechos que reconoce la Constitución.

**Art. 226.-** Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución.

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

## **Plan Nacional Toda una Vida**

### **Objetivo 5**

Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria.

### **Políticas**

Diversificar la producción nacional, a fin de aprovechar nuestras ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos primarios y la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para desarrollar la industria agrícola, pecuaria, acuícola y pesquera sostenible con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

### **Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI 2010)**

**“Art. 2.- Actividad Productiva.** - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

**Art. 3.- Objeto.** - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

**Art 4.-** La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- Fomentar y diversificar las exportaciones.
- Facilitar las operaciones de comercio exterior.
- Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente

**Art. 5.- Rol del Estado.** - El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

**Art. 72.- Competencias.** - Son deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, las siguientes:

Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores.

Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdos y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica; así como los lineamientos y estrategias para la negociación.

Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias.

Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduaneras, vinculadas a los procesos de comercio exterior

**Art. 141.- Consulta de Clasificación Arancelaria.** - Cualquier persona podrá consultar a la directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador respecto de la clasificación arancelaria de las mercancías, cumpliendo los requisitos señalados en el Código Tributario y el reglamento a este Código. Su dictamen será vinculante para la administración, respecto del consultante y se publicará en el Registro Oficial.

### **Ley de comercio exterior e inversiones "LEXI"(2014).**

“**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

**Art. 3.-** Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones”.

### **Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.**

#### **Sección II Regímenes de Exportación.**

**Art. 154.- Exportación definitiva.** - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

#### **Reglamentos Técnicos Ecuatorianos (INEN) Semáforo**

El reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano señala lo siguiente:

**Art. 4.-** El idioma de la información del etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano estará conforme a lo establecido en el Reglamento Técnico Ecuatoriano de Procesados, Envasados y Empaquetados y podrán además utilizarse lenguas locales predominantes, en términos claros y fácilmente comprensibles para el consumidor al que van dirigidos (Ministerio de Salud Pública, 2013).

En el caso de guanábana, sus etiquetas se encuentran en inglés y español, lo que facilita su exportación a cualquier parte del mundo, y se vuelve legible para gran parte de la población.

**Art. 5.-** El etiquetado de procesados se ajustará a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen y cantidad del alimento envasado, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios y estará fundamentada en las características o especificaciones del alimento (Ministerio de Salud Pública, 2013).

## **Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos. (2020).**

### **Capítulo II Del Registro Sanitario.**

**Art. 2.-** Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

### **Agrocalidad procedimientos de inspección de exportación**

Para enviar guanábana a Holanda, se deben seguir los siguientes pasos para la exportación de frutas:

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

- **Convenios, Acuerdos y Tratados Internacionales**

- **Título I Objetivos y Alcance**

- **Artículo 1.-** El presente Acuerdo tiene los siguientes objetivos:

- Establecer el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre las Partes Contratantes;
- **Formar un área de libre comercio** entre las Partes Contratantes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afecten al comercio recíproco;

- **Alcanzar el desarrollo** armónico en la región, tomando en consideración las asimetrías derivadas de los diferentes niveles de desarrollo económico de las Partes Signatarias;
- **Promover el desarrollo** y la utilización de la infraestructura física, con especial énfasis en el establecimiento de corredores de integración que permita la disminución de costos y la generación de ventajas competitivas en el comercio regional recíproco y con terceros países fuera de la región (Organización de los Estados Americanos, 2020).

## **Título XII Medidas Sanitarias y Fitosanitarias**

**Artículo 23.-** Las Partes Contratantes se comprometen a evitar que las medidas sanitarias y fitosanitarias se constituyan en obstáculos injustificados al comercio.

Las Partes Signatarias se regirán por lo establecido en el Régimen de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, contenido en el Anexo VIII (Organización de los Estados Americanos, 2020).

## **Título XIV Promoción e Intercambio de Información Comercial**

**Artículo 27.-** Las Partes Signatarias intercambiarán información acerca de las ofertas. (Organización de los Estados Americanos, 2020).

## **Título XVIII Transporte**

**Artículo 33.-** Las Partes Signatarias promoverán la facilitación de los servicios de transporte terrestre, fluvial, lacustre, marítimo y aéreo, a fin de ofrecer las condiciones adecuadas para la mejor circulación de bienes y personas, atendiendo a la mayor demanda que resultará del espacio económico ampliado.

**Artículo 34.-** La Comisión Administradora identificará aquellos acuerdos celebrados en el marco del MERCOSUR o sus Estados Partes y de la Comunidad Andina o sus Países Miembros cuya aplicación por ambas Partes Contratantes resulte de interés común (Organización de los Estados Americanos, 2020).

## **Título XIX Infraestructura**

**Artículo 36.-** Las Partes Signatarias promoverán iniciativas y mecanismos de cooperación que permitan el desarrollo, la ampliación y modernización de la infraestructura en diversos ámbitos, a los fines de generar ventajas competitivas en el comercio recíproco. Y demandas regionales y mundiales de sus productos de exportación (Organización de los Estados Americanos, 2020).

## CAPÍTULO II METODOLOGÍA EMPLEADA

### **2.1. Enfoque de la investigación.**

Para el desarrollo del presente estudio de factibilidad se trabajó bajo un enfoque de tipo mixto. Esto quiere decir que sería de tipo cuantitativo y cualitativo. Por medio de la investigación se utilizan los puntos fuertes de ambos enfoques para la recolección de información, así como su análisis e interpretación de resultados. En la elaboración de la metodología de la investigación se puede utilizar los dos enfoques:

**Enfoque Cualitativo:** Se procedieron a elaborar entrevistas para así recabar con exactitud factibilidad del proyecto son temas tratados con diferentes expertos para así obtener una mejor aplicación dentro del campo.

**Enfoque Cuantitativo:** Se realiza el levantamiento de información mediante preguntas que son realizadas para encuestar a los clientes para identificar las necesidades del producto.

### **2.2. Tipos de investigación**

Para el presente estudio, se han realizado varios tipos de estudio, entre los que se puede encontrar:

#### **Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva se relaciona con el uso de información estadística recolectada para representar datos, detallar e identificar futuros escenarios, y de esta manera efectuar comparaciones y proyecciones que permitan al análisis del estudio.

A través de este tipo de investigación, si es posible estudiar la dinámica comercial en relación con las importaciones que ha se ha venido efectuando en el territorio holandés, misma que, según lo analizado ha tenido una estabilidad desde el año 2015.

#### **Investigación explicativa**

Este tipo de investigación permite determinar y explicar las diferentes causas de los principales problemas, a su vez, se logra plantear soluciones a través del análisis, inducciones y deducciones para dar respuesta al porqué de cada situación investigada.

Este tipo de investigación, y a través de los resultados conseguidos en investigaciones previas sobre el tema de factibilidad de exportaciones de frutas a Holanda, se entiende sobre la existencia de un gran beneficio a causa del arancel en cero, así como la gran tendencia que existe en el mercado europeo de consumir productos exóticos ecuatorianos.

El estudio de artículos periodísticos refleja la realidad cotidiana dentro del país, con lo cual se ha podido determinar que la fluctuación en los precios llegó a un punto tan bajo que alcanzó a perjudicar al agro en el Ecuador, llevando a los agricultores a perder productos.

### **2.3. Métodos de Investigación**

#### **2.3.1. Métodos teóricos:**

**Analítico-sintético:** Se utilizó para estudiar y analizar documentos y bibliografías de diferentes autores para poder realizar una amplia investigación sobre los elementos que se relacionan con el objeto de estudio.

**Histórico-lógico:** Se utilizó para determinar las tendencias actuales y perfeccionamiento de la evaluación de proyectos y estudios de factibilidad, se basa en un análisis sobre la dinámica exportadora e importadora en lo que corresponde los últimos 5 años.

#### **2.3.2. Métodos empíricos**

**Encuesta:** Esta técnica radica en recopilar información directa de las personas que colaboran en la empresa Austrofood, con la finalidad de conocer con mayor detalle la postura la empresa, con respecto al ingreso de productos procesados dentro del mercado europeo: Sus avances, sus perspectivas, sus capacidades como empresa y sus metas a largo plazo, además el propósito de establecer las limitaciones que presentan y obtener resultados precisos, mediante una serie de nueve preguntas.

### **Entrevista**

Es significativo tener la participación de un experto respecto del patrón de exportación de frutas hacia Holanda, con el objetivo de recopilar mayor información para poder trabajar sobre el presente objetivo.

**Observación:** Permitió realizar valoraciones y obtener informaciones acerca de lo observado para determinar las características y aspectos más importantes de la evaluación de proyectos y la factibilidad económico financiera. Por medio del estudio se ha determinado que la tendencia se ha mantenido estable, por lo cual guanábana sí se encuentra en condiciones para competir e ingresar al mercado de Holanda.

### **Fuentes**

En esta investigación se utilizó fuentes primarias y secundarias; la cuales en las primarias se procedió a realizar encuestas a clientes y al dueño de la empresa y en las secundarias están los documentos electrónicos como boletines informativos de distintas entidades del país como: INEC, Banco Central del Ecuador, Servicio Nacional de Aduanas, Ministerio de Comercio Exterior; entre otros libros y revistas.

### **Observación directa**

Para este análisis, se ha tomado como herramienta principal a la observación directa por parte del consumidor, ya que se cuenta con un amplio registro histórico de las tendencias de compra y venta del mercado holandés con productos no tradicionales de origen ecuatoriano.

De esta manera se pueden visualizar con claridad los mercados nacientes y en desarrollo, que es el caso de la guanábana, sigue siendo una oportunidad de negocios que genera ingresos adicionales y abre las puertas a nuevas opciones para comercializar la pulpa dentro de la Unión Europea.

## 2.4. Universo y Muestra

Para el presente proyecto investigativo se ha reconocido el mercado meta para la recopilación de datos. En este sentido se consideró a personas cuya edad oscile entre las edades de 20 años a 65 años, que consuman frutas de manera habitual y que sean residentes del estado holandés.

La fórmula que se empleará para establecer el tamaño de la muestra, cuando se desconoce el tamaño de la población y considerando un muestreo proporcional es:

$$n = Z^2 * p * q / e^2$$

$$\frac{(1,96) (1,96) (0,20) (0,80)}{(0,1) (0,1)}$$

$$\frac{1,6641}{0,01}$$

$$n = 166,41$$

## Análisis de los Resultados

### 2.5. Diseño, análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.

#### Banco de preguntas para los clientes

##### 1.- Sexo de los encuestados

**Tabla 6.**  
Sexo de los encuestados

Descripción	Cantidad
<b>Masculino</b>	110
<b>Femenino</b>	56
	166

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora*

##### 2.- Edad de los encuestados

**Tabla 7.**

Edad de los encuestados

Descripción	Cantidad
<b>20 a 25 años</b>	45
<b>26 a 35 años</b>	55
<b>36 a 50 años</b>	37
<b>51 a 65 años</b>	29
<b>Total</b>	166

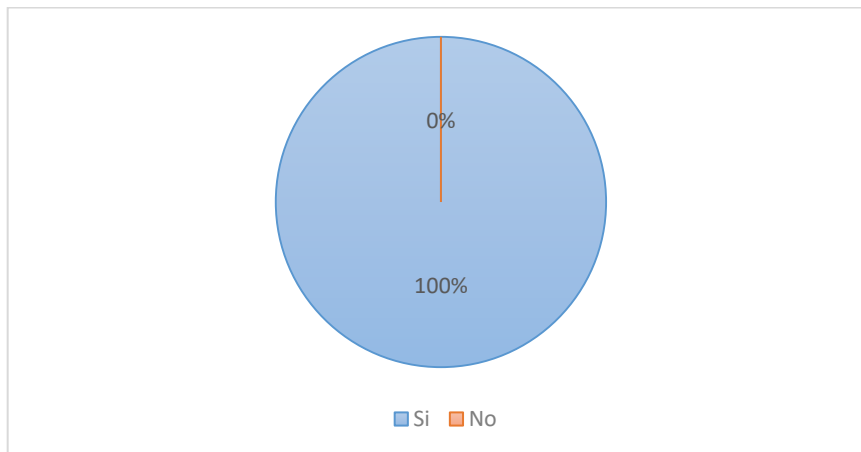
*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora*

### 3.- ¿Tiene conocimiento de la fruta Guanábana?

*Tabla 6.* Resultado de la encuesta pregunta 3

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	166	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	166	100

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*



*Gráfico 3.* Resultado de la pregunta 3. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora

#### **Análisis**

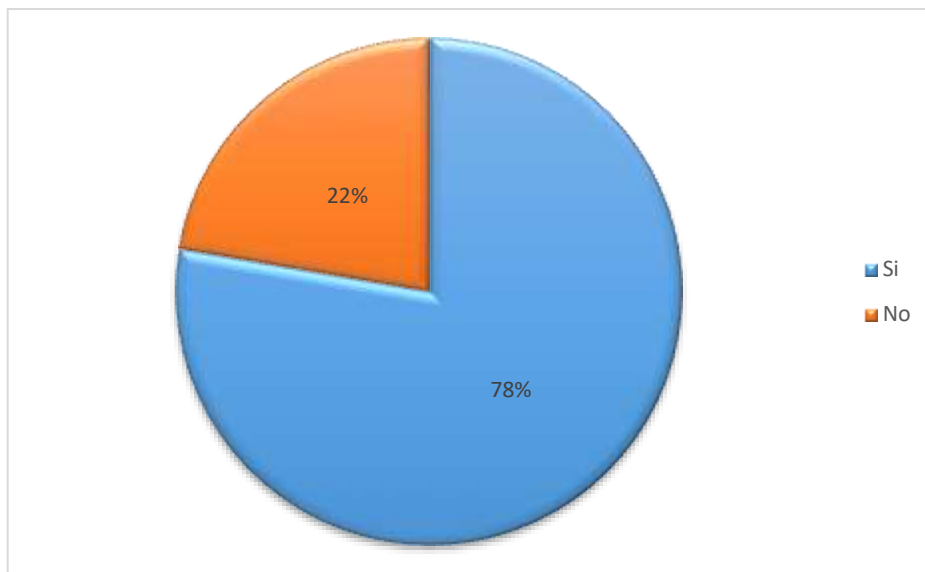
Las personas encuestadas respondieron con un 100% que si tiene conocimiento de la fruta Guanábana, cual da una mayor oportunidad de ingresar la guanábana con un valor agregado ya que en su mayoría conocen dicha fruta.

#### 4.- ¿Tiene conocimiento de los beneficios de la Guanábana?

*Tabla 9.* Resultado de la encuesta pregunta 4

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	129	78
No	37	22
<b>TOTAL</b>	166	100

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*



*Gráfico 4.* Resultado de la pregunta 4. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora

#### **Análisis**

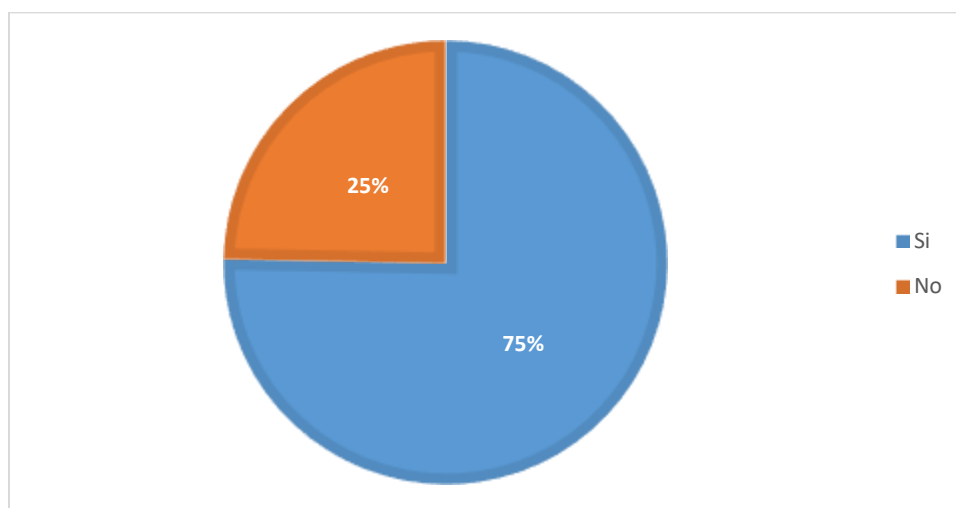
El 78% de los encuestados respondieron que, si tiene conocimiento de los beneficios de la Guanábana, refleja que en su mayoría las personas conocen de dichos beneficios, aunque la respuesta es favorable, el 22% de las personas encuestadas que desconocen los beneficios de la guanábana.

**5.- ¿Si conocieran sus múltiples beneficios y vitaminas, que tiene la guanábana las consumirían?**

*Tabla 10.* Resultado de la encuesta pregunta 5

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	125	75
No	41	25
<b>TOTAL</b>	166	100

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*



*Gráfico 6.* Resultado de la pregunta 5. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora

**Análisis**

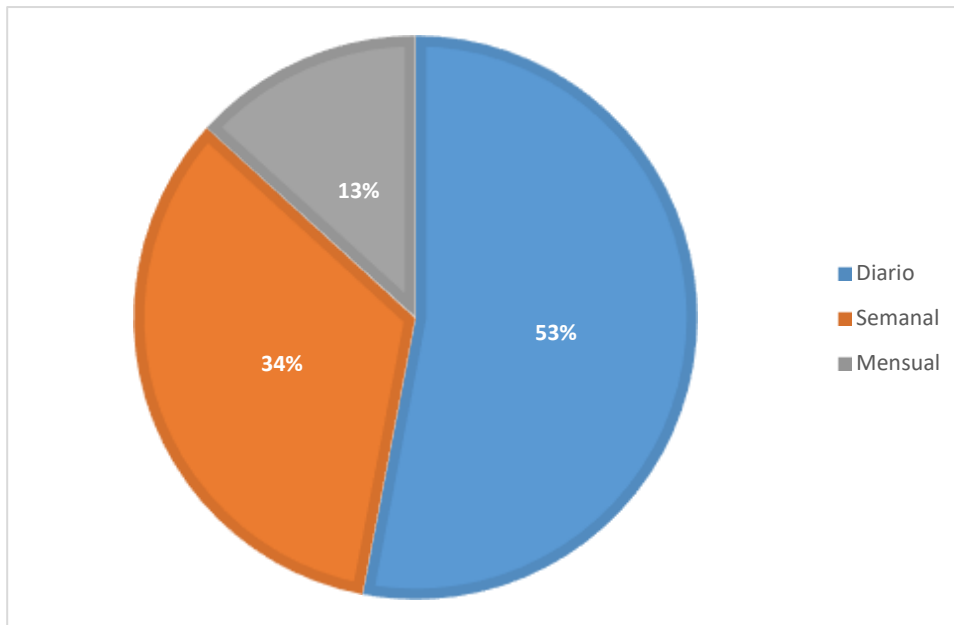
En cuanto a la quinta pregunta realizada en la encuesta, acerca de, ¿si conocieran sus múltiples beneficios y vitaminas que tiene la guanábana las consumirían?, la respuesta es netamente favorable ya que se refleja un 75% de las personas encuestadas que, si la consumirían, pero un 25% de personas que no lo consumirían, aunque les sea beneficioso.

## 6.- ¿Con que frecuencia comercializa la Guanábana?

*Tabla 11.* Resultado de la encuesta pregunta 6

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Diario</b>	88	53
<b>Semanal</b>	56	34
<b>Mensual</b>	22	13
<b>TOTAL</b>	166	100

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*



*Gráfico 7.* Resultado de la pregunta 6. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora

### **Análisis**

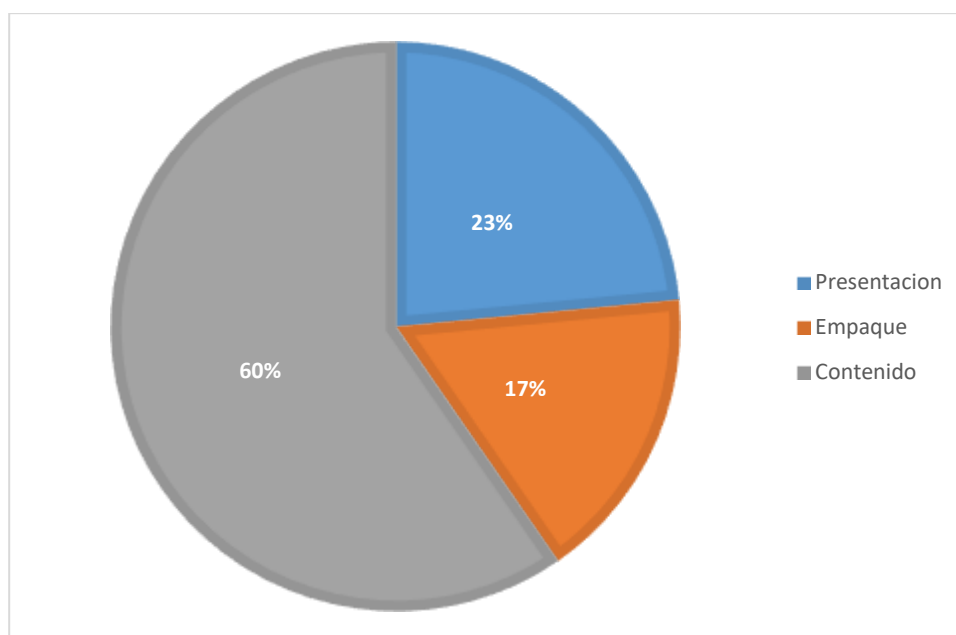
El 53% de los encuestados contesta la pregunta 6 ¿qué frecuencia comercializa la Guanábana?, que consume diario la futa guanábana el 34% respondieron que es semanal y finalmente el 13% considera que es mensual.

**7.- ¿Qué fue lo último que vieron sobre nuestro producto que los impulsó a comprarlo?**

*Tabla 12. Resultado de la encuesta pregunta 7*

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Presentación	39	23
Empaque	28	17
Contenido	99	60
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100</b>

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora*



*Gráfico 8. Resultado de la pregunta 7. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora*

**Análisis**

Las personas encuestadas respondieron la pregunta que los impulsó a comprar nuestro producto con una de mayor aceptación del 60% se muestra una tendencia del contenido, el 23% la presentación y el 17% optó por no contestar favorablemente por el empaque.

## 8.- ¿Cuál es el beneficio más importante que los clientes reciben de tu producto

Tabla 13. Resultado de la encuesta pregunta 8

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios	48	29
Precios	52	31
Calidad	66	40
TOTAL	166	100

Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.

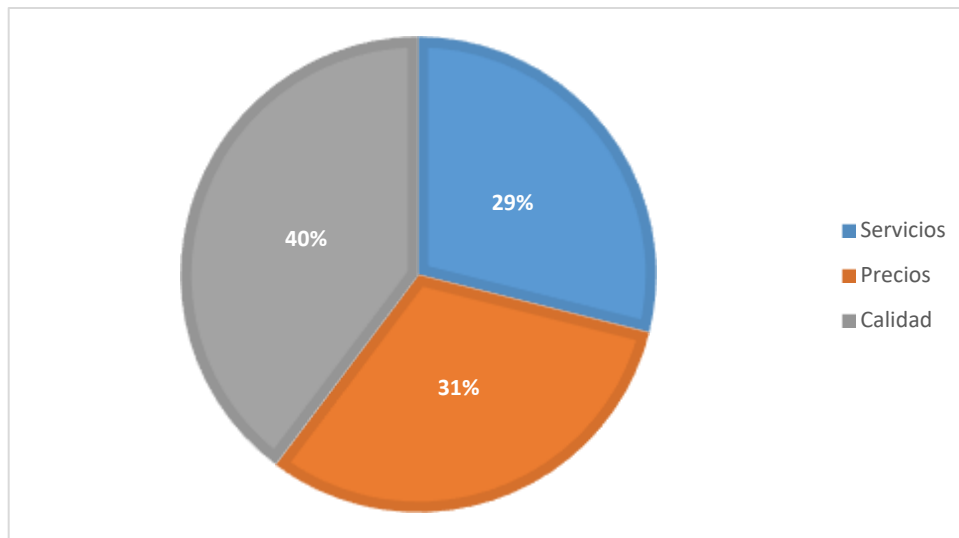


Gráfico 9. Resultado de la pregunta 8. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora

### Análisis

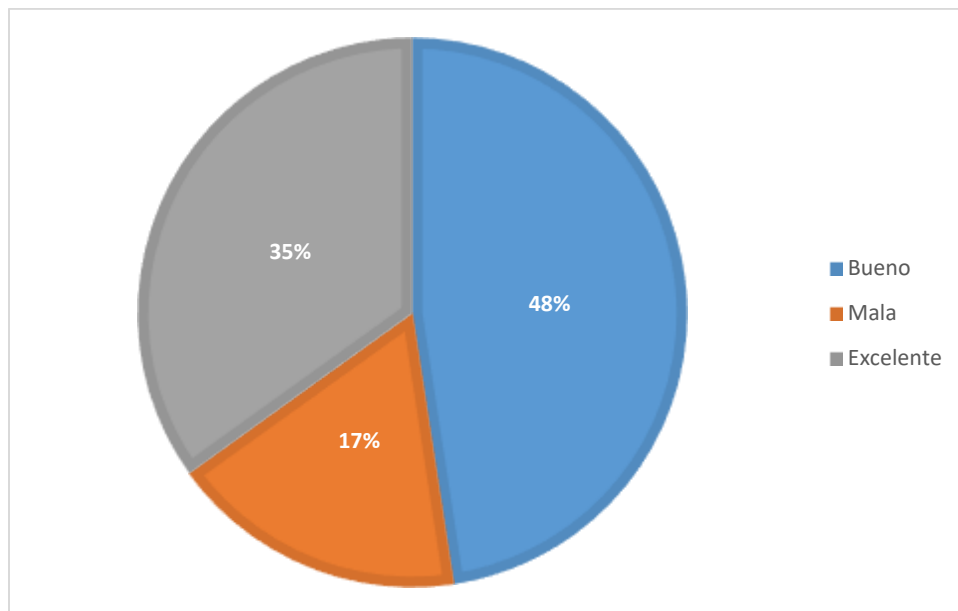
Las personas encuestadas respondieron con un 40% la calidad del producto es la principal opción, el 31% prefirió el precio acorde al mercado, pero con calidad alta, el 29% optó por contestar el servicio.

## 9.- ¿Cómo calificaría el nivel de satisfacción con el servicio que le ofrecemos?

*Tabla 14.* Resultado de la encuesta pregunta 9

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	79	48
Mala	29	17
Excelente	58	35
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100</b>

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*



*Gráfico 10.* Resultado de la pregunta 9. Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora

### **Análisis**

En la última pregunta de la encuesta se procede a cómo calificaría el nivel de satisfacción con el servicio que le ofrecemos un 48% considera que es bueno, mientras que un 35% cree que es excelente y un 17% califica de mala la satisfacción por el servicio.

**ENTREVISTA PARA EL GERENTE DE LA EMPRESA  
ING. JORGE ISA.**

**1. ¿Quiénes son los principales competidores en producción y exportación de Guanábana a nivel Nacional?**

La concentración de los competidores se encuentra en las provincias de la sierra y otra parte de la región costa como Santa Elena y Santo Domingo entre los que destacan: Profrutec S.A., DLIP INDUSTRIAL SA, EXOFRUT, Ecuaguanabana, y Pulpa de Frutas.

**2.- ¿Cómo los competidores logran posicionarse en el nuestro mercado?**

A través de ventaja competitiva sostenible, agregar valor al producto que permitan alcanzar un lugar de privilegio por medio de tres puntos como son: satisfacción del cliente; disminución de los costos de empresa y búsqueda de innovaciones que impacten por su calidad y sostenibilidad

**3.- ¿Los exportadores ecuatorianos han visto la posibilidad de abrir nuevos mercados?**

**SI**, esto es producto de los acuerdos comerciales con la unión europea, los exportadores ecuatorianos están analizando nuevas oportunidades para abrirse a otros mercados.

**4.- ¿Requiere apoyo del gobierno?**

Si, debido a que el gobierno tiene que potenciar exportador para que este contribuya a la transformación de la matriz productiva y al fortalecimiento de la base competitiva nacional y desde esa perspectiva se incentive la productividad y el financiamiento para el crecimiento empresarial.

**5.- ¿Qué tipo de apoyo necesita?**

Para que los exportadores puedan aportar al desarrollo sostenible, necesitan por parte del estado lo siguiente: reducción de impuestos, bajar las tarifas eléctricas de generación eléctrica, reducir los costos de los equipos tecnológicos, entre otros.

## **2.6. Instrumentos para justificar la propuesta Herramienta de Análisis**

### **2.6.1. Análisis PEST**

Este análisis Pest es importante en el ámbito de la productividad de los negocios en la cual se puede ver afectado por un sistema de un gobierno inestable, hasta podemos tener un panorama claro en el futuro político del país. Esto ha afectado en mayor parte al sector inmobiliario, donde la demanda ha caído en el 2020.

#### **Político:**

- Regular normas para poder exportar el producto lo cual favorece a la economía del país.
- Acuerdos comerciales que genera incentivos a las empresas ecuatorianas para incursionar en el mercado europeo.
- Reducción de impuesto por las relaciones comerciales.
- Entidades en el Ecuador que ayuda al ingreso de mercado europeo como lo es ProEcuador.

#### **Económico:**

- La economía holandesa es considerada una de las más estables de Europa, utilizando el euro como papel moneda para realizar cualquier tipo de transacción.
- Proyecciones estimadas, en el crecimiento económico global tiene tendencia a la baja, ya que el 2019 el PIB cerró en 1%.
- Indicadores económicos contraídos la cuales permitirán un mercado exportador favorable.

#### **Social:**

- Debido a la crisis económica que se está atravesando en el mundo por la pandemia de COVID-19, las actividades de logística, así como comerciales, se vieron limitadas.
- Invertir en la captación de mercados a través de ferias y misiones comerciales dentro de los países europeos para que consuman productos procesados exóticos.
- Los beneficios nutricionales del producto, que es conocido por sus efectos terapéuticos en la lucha contra el cáncer.
- Holanda es considerada como el segundo país más poblado de la Unión Europea con a 82 millones de habitantes y la mayoría son adultos mayores.

### **Tecnológico:**

- Obtener certificaciones de calidad a nivel mundial. Esto es una gran ventaja sobre la competencia
- Dispositivos móviles para que cada integrante pueda estar informado y al mismo tiempo disponer de datos relevantes para un buen funcionamiento interno de la empresa.
- Maquinaria fabricada especialmente para la extracción de la pulpa de frutas.
- Nuevas formas de envases con la nueva tecnología biodegradable.

### **2.6.2. Análisis DAFO**

Para este estudio de factibilidad de mercado de exportación se determinará un análisis Dafo para el sector productivo de pulpa de guanábana.

#### **Debilidades:**

- No conocer la segmentación del mercado holandés.
- Nivel bajo de ventas, menor a los \$45,000 al año en comparación a productos fuertes.
- Poca difusión de las bondades de la guanábana a nivel mundial.

#### **Amenazas:**

- Volatilidad en la fijación del precio de las frutas no tradicionales en los mercados internacionales.
- Crisis económica mundial a raíz de la pandemia por COVID-19.
- Existencia de productos sustitutos en el mercado holandés.
- 

#### **Fortalezas:**

- Producto proveniente de país exportador generando calidad internacional.
- Fruta exótica con propiedades nutricionales y curativas.
- Interés en el mercado holandés por los productos agrícolas no tradicionales.

### **Oportunidades:**

- Tratado Comercial de Ecuador con la Unión Europea vigente
- Forma de empaçado muy atractivo para el consumidor.
- Guanábana cuenta con certificaciones de calidad internacional, lo que le da ventaja sobre la competencia.

### **2.6.3. Modelo CAPA**

En este modelo **CAPA** se determinará desarrollar el análisis después del DAFO, este modelo nos permitirá detallar las acciones para:

#### **Corrección de Debilidades**

- Estudio de mercado holandés en base a preferencias de consumo de pulpa de fruta.
- Mejorar las relaciones comerciales mediante ferias internacionales con las empresas holandesas importadoras de frutas congeladas.
- Realizar campañas de mercadeo sobre las bondades de la guanábana utilizando las redes sociales.

#### **Afrontar las Amenazas**

- Convenios internacionales para poder mejorar precios del producto exportado en base al volumen de ventas.
- Planificar conforme proyecciones de ventas los ingresos pronosticados en base al consumo actual por el Covid-19, es importante que se tome en consideración que es una problemática que afecta a nivel mundial, sin embargo las medidas restrictivas dependen de cada gobierno e inclusive de ciertos gobiernos descentralizados.
- Realizar campañas de socialización con el personal técnico sobre las bondades que presenta el producto local, con relación al producto holandés, que, a pesar de ser el segundo productor agrícola a nivel mundial, muchos productos no son endémicos, por lo tanto, su producción es más elevada.

### **Potenciar las Fortalezas**

- Expandir terrenos cultivados en igual proporción con la demanda, esto, permitirá exportar una mayor cantidad de productos en las épocas mejores.
- Invertir en mejor calidad de preservantes naturales con el objeto de extender la vida útil del producto.
- Experimentar con la mezcla de guanábana con otras frutas siempre que se maximicen los beneficios nutritivos. Además, hacer estudios con todas las variantes de la guanábana, encontrar cuál proporciona más beneficios.

### **Aprovechar Oportunidades**

- Cumplir con las normas holandesas, proporciona experiencia al exportador de productos derivados de la guanábana, con la experiencia viene tomada de la mano el cumplimiento de las normas internacionales.
- Relacionar colores del diseño del empaquetado con los colores más agradables para los holandeses.
- Mejorar relaciones comerciales entre empresas que se ubiquen tanto en Países Bajos como en otros grandes consumidores.

## **CAPITULO III**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

El presente capítulo tiene por finalidad determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de guanábana hacia el mercado holandés, esto se llevará a cabo por a través del análisis de la situación interna del importador, además la tendencia de consumo de fruta exóticas en Holanda.

En este sentido el trabajo de investigación se le ayudará viendo los conocimientos de como exportar el producto al mercado holandés, las políticas, los acuerdos, los impuestos, de esta manera se podrá contribuir con la diversificación de los productos exportados.

También, debemos de resaltar que la tendencia actual al consumo de productos alimenticios saludables es propicia para la actual investigación. Por otro lado, sabemos que los valores nutricionales del producto son altos con respecto a otras frutas que se importan en el país, también aporta con valores medicinales al estar compuesta de una alta cantidad de fibra que ayuda a mejorar la flora intestinal del ser humano entre otros beneficios.

#### **3.1. Título de la propuesta**

Elaboración de un estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana al mercado holandés, por parte de la empresa Austrofood Cía. Ltda.

#### **3.2. Objetivo de la propuesta**

Elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana al mercado holandés, por parte de la empresa Austrofood Cía. Ltda.

### **3.3. Descripción de la propuesta**

Se propone iniciar el estudio de factibilidad sobre la exportación de la guanábana, con la finalidad de pretender exportar la pulpa de guanábana ofreciéndole al mercado internacional un producto con estándares de alta calidad y de consumo, esto le permitirá al sector productor incrementar su participación en producción y productividad, se ha determinado que el proyecto de exportación de pulpa de guanábana no se añadirá costos del proceso de producción, más que se adquirirá el producto terminado de la empresa Austrofood Cía. Ltda, misma que, posee las condiciones para realizar las exportaciones. Por tal razón, la propuesta se centrará en el estudio de factibilidad, desde la postura de Rus, E. (2020), con énfasis en la factibilidad comercial.

### **3.4. Factibilidad de la aplicación**

De acuerdo al estudio investigado realizado en el presente proyecto se determinará que, de un estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana al mercado holandés, por parte de la empresa Austrofood Cía. Ltda. es factible en sus aspectos como: administrativo, económico, social, legal y técnico.

#### **Factibilidad Administrativa**

Se requiere que el personal sea competente para ejecutar el proyecto y así mismo, los administradores facilitan la información necesaria, sobre la filosofía corporativa y estructura organizacional de Austrofood Cía. Ltda., para así lograr un óptimo trabajo.

#### **Factibilidad Social.**

En el contexto social, en este sentido, es factible debido a que se va a exportar de pulpa de guanábana al mercado holandés, lo cual permitirán crear fuente de trabajo.

#### **Factibilidad Económico**

Para la empresa Austrofood Cía. Ltda., la exportación de pulpa de guanábana al mercado holandés, es factible económicamente, ya que sus actividades económicas han generado el crecimiento del negocio.

### **Factibilidad Técnica**

Desde el punto de vista técnico el proyecto es factible debido a que la empresa Austrofood Cía. Ltda., cuenta con: maquinas, equipos y materiales tecnológicos para brindar una exportación de la guanábana de primera calidad.

### **Factibilidad Legal**

Desde el punto de vista legal el proyecto es respaldado por: Constitución de la República del Ecuador (2008), Plan Nacional Toda una Vida, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI 2010), Ley de comercio exterior e inversiones "LEXI"(2014), Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos. (2020), entre otras, además la hacienda cumple con todos los reglamentos como: patentes de funcionamiento, RUC, permisos de funcionamiento, entre otros, Por lo tanto, no existe dificultad para la ejecución del mismo.

## **PROPUESTA**

La Propuesta del estudio de factibilidad para la empresa Austrofood Cía. Ltda para la exportación de pulpa de guanábana al mercado holandés contiene los elementos, pautas y componentes necesarios y contribuye a posicionar y consolidar a la empresa, además es favorable ya que las personas por consumir alimentos saludables han llevado a un cambio en los hábitos de consumo y lo ha sido así de evidente en el mercado de bebidas; ya que ha aumentado la preferencia por bebidas saludables no alcohólicas a base de frutas.

Con esta premisa aprobada, la autora va a considerar para la siguiente estructura.

- Antecedentes
- Conocer el mercado
- Los competidores
- Producto a vender

### **3.5.1. Estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana a Holanda**

#### **3.5.1.1. Antecedentes**

En Ecuador los cambios continuos generados a nivel comercial, como lo impulsan los pequeños emprendedores y las inversiones realizadas por las personas que han tenido los ingresos necesarios para ser partícipe del mercado. Mientras iba en aumento el crecimiento industrial en sus diferentes campos y mejoramiento de la capacidad productiva en los diferentes sectores. Acontecimientos como los registrados en varias de las provincias del agroindustrial, entre otras son las que han impulsado el interés aprovechando el potencial productivo y aporte del sector agropecuario.

Según la (CORPEI, 2020), Ecuador registra exportaciones de alrededor de 20 frutas entre las cuáles se destacan, por monto de exportación, el orito, mango, piña, pitahaya, papaya, granadilla, maracuyá, tomate de árbol, guanábana.

Debido a todos los acontecimientos es se ve la posibilidad de emprender e impulsar el desarrollo del sector agroindustrial con el propósito de llegar a un nivel macro en tema de exportación, potenciar la materia prima y acoger como propias la variedad de frutas exóticas que tenemos en nuestro país como la guanábana con ella podemos elaborar un producto procesado de mejor rendimiento en el mercado holandés.

En este sentido, en el mercado mundial, la guanábana se está expandiendo como una fruta cada día más distinguida, creciendo gradualmente la demanda de los consumidores.

### **3.5.1.2. Conocer el mercado donde se va a exportar**

#### **Mercado Holandés**

Los Países Bajos también conocido como “Holanda” está situado en el noroeste de Europa. Países Bajos, lo que significa que una nación “baja” es un país constituyente del Reino de Países Bajos. Es un país atractivo cuando se trata de hacer negocios. Esto se debe a que proporciona una ubicación estratégica, tanto para las compañías locales como para las extranjeras, para servir a los mercados dentro de Europa, en Oriente Medio y África. La posición geográfica central y la infraestructura holandesa son algunas de las muchas razones por las que una empresa extranjera debería establecer su negocio en los Países Bajos.

Debido a la situación geográfica predilecta de Holanda e infraestructuras competitivas, una gran cantidad de mercancías transitan por Holanda. La exportación de mercancías forma parte del balance comercial holandés, en esta línea los diferentes puertos marítimos de Rotterdam, Ámsterdam, Moerdijk, Terneuzen y sus numerosos aeropuertos internacionales, Holanda está especialmente bien provista y constituye una plataforma logística imprescindible en el corazón de Europa.

Los Países Bajos es considerado la mejor puerta de entrada para ingresar en el mercado europeo. Diversas empresas internacionales y nacionales se benefician de los múltiples medios de transporte que los Países Bajos ofrecen a fin de ingresar en otros mercados europeos, como lo demuestra la siguiente tabla

<b>Infraestructura Holandesa</b>	
<b>Datos claves (5)</b>	
Carreteras	135.470 km de carreteras, de los cuales 2.360 km son autopistas.
Ferrocarriles	2.809 km, de los cuales más de dos tercios es eléctrico
Viaductos	5.046 km, de los cuales más del 75% son canales. 6.215 km (navegables por barcos de 50 toneladas) (2007)
Gasoductos y oleoductos	Alrededor de 18.000 km. 3.816 km de gas, 365km de petróleo y 716 km de productos refinados (2008)
Puertos marítimos	Existen 15 puertos marítimos en los Países Bajos, con conexiones regulares internacionales. Los puertos marítimos importantes son Rotterdam y Ámsterdam
Aeropuertos	Hay cuatro aeropuertos internacionales: el aeropuerto de Ámsterdam Schiphol, el aeropuerto de Rotterdam, el aeropuerto de Eindhoven, y el aeropuerto de Maastricht Aachen, y existe una red de pequeños aeropuertos privados.
Carga aérea	Existen más de 70 empresas de transporte aéreo al servicio de Europa y del mundo.
Compañías aéreas que operan con Holanda	Más de 28; las principales incluyen KLM, American, Continental, Delta.
Transportistas por carretera	Existen alrededor de 12.000, de los cuales 500 prestan servicios de logística

## **Características del mercado de Holanda**

- Holanda Capital: Ámsterdam
- Población: Población total 17.28 millones
- Etnia: étnico germánico
- Crecimiento natural: 7,51%.
- Producto interno bruto: 907.1 miles de millones.
- Orígenes étnicos: Neerlandés grupo nativo de los países bajos.
- Lengua oficial: Neerlandés
- Religión: Protestantismo o Laicidad
- Moneda local: Euro.
- Perfil del país: Área: 41.543 km<sup>2</sup>
- Forma de gobierno: Los Países Bajos tienen una monarquía constitucional con un sistema parlamentario de gobierno. Todavía hoy en día se denomina Estados Generales de los Países Bajos a las dos cámaras de representación legislativa, equivaliendo por tanto a las Cortes Generales en España.
- Climas: Holanda tiene un clima oceánico moderado. En invierno no hace demasiado frío, y en verano no hace demasiado calor.

Holanda es uno de los países que conforma la Unión Europea el Comportamiento Económico se basa en una economía de mercado abierta y depende en gran medida del comercio internacional. y es el país el cual tiene mayores ingresos de Guanábana ecuatoriana entre el resto de países que conforman el bloque.

En Holanda, la salud es un factor fundamental, en este sentido sus habitantes para alcanzar esto consideran a los jugos de frutas dentro de un régimen alimenticio, lo que le permite tener un cuerpo saludable. El consumo de productos orgánicos se encuentra en un crecimiento constante dado su valor nutricional que los jugos de frutas brindan a la salud de sus consumidores; cabe subrayar que la notoriedad que han adquirido los jugos de frutas en las personas de entre 12 y 50 años ha llevado a que los índices de ventas crezcan.

Por otra parte, los holandeses se encuentran interesados en los productos exóticos, es así que la constante innovación en este mercado ha sido muy dinámica. En Holanda, debido a la gran quema de energías y calorías diarias por parte de sus habitantes, los productos enriquecidos con fibra, sales minerales de fósforo, potasio, vitaminas y calcio se convierten en la combinación perfecta para todas las personas que desean recuperar pronto todas sus energías y es que aquí donde los jugos tropicales pasan a ser tomados en cuenta como una de las alternativas más viables en una dieta balanceada de un holandés.

Es así, que Holanda es el nexo comercial entre los demás países pertenecientes a la Unión Europea y, para nuestro país Holanda se transformaría en el sector de mayor compra de este producto.

Imagen 1. Mapa de Holanda.



Fuente: <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/europa/paises-bajos/>

## **Estrategias para comercializar el producto**

### **Estrategias de Ventas**

Se debe planificar el lanzamiento del producto antes de que salga al mercado vendiendo al consumidor final a precio de Costos en ferias internacionales gracias al apoyo de diferentes entes reguladores y cámaras de comercio.

### **Estrategias del Plan de Mercado**

Vender nuestro producto en una sola presentación y distribuir muestras gratis en supermercados de las grandes ciudades. Por medio de afiches, banners recordarles a los consumidores que deben de comprar la pulpa en su estado natural mostrando beneficios.

### **Estrategias de Precio**

Para comercializarse la pulpa de guanábana se debe considerar un precio que vaya acorde a los otros productos que están actualmente en el mercado, con la finalidad de incrementar las ventas, el precio depende sobre todo (hay muchos factores) de la oferta y la demanda que hay en el mercado. Por esta razón, las empresas utilizan diversas estrategias de precio para capturar clientes o para fidelizarlos.

### **Estrategias de Publicidad y Promoción**

Mantener una elevada publicidad de nuestro producto dando muestras gratis en todos los puntos de distribución y sobre todo dar a conocer nuestro producto y apoyar promociones de ventas esto podemos hacerlos mediante programas de marketing internacional.

## **Relaciones Comerciales Ecuador-Holanda Canales de Comercio Exterior**

En el año 2016, Ecuador legalizó un acuerdo comercial Multipartes con la Unión Europea, con la cual se liberar los tributos determinados para los miembros del bloque comercial, permitiendo que los productos ecuatorianos consigan ser competitivos, siendo favorecidos en diferentes aspectos como:

- Incremento en las oportunidades comerciales para el País.
- Disminución de los riesgos.
- Ayuda a desarrollar la industria.
- Apoyo a los sectores más vulnerables.

La asistencia de Pro Ecuador, es de suma importancia, debido a que podemos obtener datos sobre el mercado holandés, de los mercados demandantes de productos no tradicionales del país, además brinda ayuda a estrechar relaciones con el mundo, llegando así a cumplir con las expectativas del país y ayudando a que los productos ecuatorianos sean más competitivos. Previo al momento de definir el mercado al que se desea llegar con la pulpa de guanábana, se tomaron varias referencias o datos secundarios que ayudaron a la motivación de llevar la pulpa de guanábana al mercado holandés, el gran consumo de la guanaba ecuatoriana y en su demanda potencial, la cual apunta a incremente con el acuerdo logrado por Ecuador ante la Unión Europea.

La aceptación de la pulpa de guanábana, la cual cumple con la misma función de consumir una fruta de guanábana, con la diferencia que la primera cuenta con un valor agregado y así se deja de lado la exportación de materias primas.

## Exportaciones de Ecuador a Holanda

Extractos y Aceites Vegetales	TM	FOB	Port.	Manuf. de Cuero, Plástico y Caucho	TM	FOB	Port.	Químicos y Fármacos	TM	FOB	Port.
COLOMBIA	34,834.6	30,053.6	73.0%	COLOMBIA	4,555.71	13,051.75	37.2%	COLOMBIA	4,295.51	5,628.56	20.6%
EE UU	1,769.6	2,709.1	6.6%	PERÚ	2,875.09	6,898.19	19.7%	PERÚ	2,502.30	5,481.65	20.1%
REP. DOMINICANA	2,037.3	1,609.4	3.9%	EE UU	1,369.10	4,757.27	13.6%	EE UU	3,521.53	2,680.96	9.8%
ARGENTINA	974.5	1,238.9	3.0%	CHILE	1,154.21	3,054.84	8.7%	CHILE	585.27	1,821.55	6.7%
HOLANDA	1,210.1	1,203.3	2.9%	VENEZUELA	317.35	1,369.23	3.9%	PANAMÁ	180.07	1,179.29	4.3%
PERÚ	720.6	856.4	2.1%	REP. DOMINICANA	451.60	944.02	2.7%	BRASIL	1,602.30	1,168.80	4.3%
CHILE	605.0	834.2	2.0%	BOLIVIA	224.90	858.01	2.4%	GUATEMALA	1,033.80	964.88	3.5%
CANADÁ	259.1	551.9	1.3%	HONDURAS	372.74	781.97	2.2%	MÉXICO	96.46	881.46	3.2%
VENEZUELA	350.7	510.5	1.2%	PANAMÁ	276.55	576.53	1.6%	KUWAIT	14.70	812.00	3.0%
ESPAÑA	352.9	322.9	0.8%	CUBA	169.70	473.49	1.4%	REP. DOMINICANA	614.71	804.37	2.9%
Otros	1,328.4	1,281.5	3.1%	Otros	777.84	2,289.11	6.5%	Otros	3,231.00	5,852.93	21.5%
Elaborados de Banano	TM	FOB	Port.	Tabaco en Rama	TM	FOB	Port.	Jugos y Conservas de Frutas	TM	FOB	Port.
EE UU	11,919.1	18,422.3	46.7%	REP. DOMINICANA	973.77	19,027.07	68.3%	HOLANDA	2,386.09	6,021.09	25.2%
HOLANDA	6,931.0	4,973.2	12.6%	NICARAGUA	340.35	7,653.01	27.5%	EE UU	2,296.38	5,034.03	21.1%
PUERTO RICO	2,086.2	1,600.7	9.1%	ALEMANIA	15.10	624.60	2.2%	FRANCIA	1,840.81	3,855.98	16.1%
ESPAÑA	2,630.0	2,082.3	5.3%	INDONESIA	11.58	447.82	1.6%	CHILE	1,527.08	2,487.68	10.4%
RUSIA	2,508.2	1,362.4	3.5%	COSTARICA	17.66	112.46	0.4%	ARGENTINA	865.85	1,132.53	4.7%
CHILE	1,875.5	1,038.9	2.6%	COLOMBIA	0.23	3.17	0.01%	ISRAEL	419.79	691.61	2.9%
CANADÁ	641.0	943.6	2.4%	BÁRBADOS	0.06	0.81	0.003%	BÉLGICA	203.19	625.88	2.6%
ALEMANIA	756.9	795.4	2.0%	EE UU	0.05	0.03	0.0001%	JAPÓN	396.98	571.02	2.4%
JAPÓN	648.3	647.9	1.6%	HOLANDA	0.05	0.03	0.0001%	CANADÁ	247.66	547.52	2.3%
REINO UNIDO	616.6	634.7	1.6%					MÉXICO	197.04	444.17	1.9%
Otros	7,202.7	4,948.0	12.5%					Otros	838.75	2,474.28	10.4%

Fuente: (BCE, 2020) Elaborado: (BCE, 2020)

En la gráfica anterior se puede observar que los (jugos y conservas de frutas,) representan 11,219.60 TM en el año 2019 los principales destinos de los productos ecuatorianos son: Holanda, EEUU, Francia, Chile, Argentina

## Importaciones de Guanábana por parte de Holanda

En la gráfica siguiente, se observa la evolución de importaciones la Guanábana en los últimos años por lo que revela que hay un mercado efectivo en el cual incursionar con este producto.

Tabla 16 Evolución de las exportaciones del producto guanábana según sus principales mercados 2006 - 2020

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Estados Unidos	32 540,23	8.572,30	17.913,61	19.718,85	17.267,80	27.407,18	32.704,71	110.248,38	299.231,50	67.620,25	141.736,03	69.770,06
Chile	2.790,31	743,35	3.499,59	742,40	9.043,30	15.083,13	10.792,56	71.114,75	64.391,20	7.570,27	9.142,64	31.404,25
Argentina	260,00	333,80	775,00	1.930,00	5.550,00	11.968,49	12.720,00	13.800,00	0,00	0,00	0,00	30.774,00
Uruguay	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11.596,00	7.965,76	0,00	8.700,08	5.424,91	12.400,00
Países Bajos (Holanda)	69.780,08	11.180,00	85.244,76	19.883,05	58.861,00	2.726,45	2.350,11	1.125,00	12.607,50	2.264,88	1.847,96	6.900,00
República Checa	1.204,80	38,00	4.384,45	487,51	1.323,24	350,50	24.939,63	28.203,54	24.612,75	32.591,17	6.631,23	6.409,49
España	4.951,83	0,00	680,21	38,00	3.344,00	8.601,14	22.863,42	43.426,27	36.982,52	19.183,16	40.416,29	4.068,76
Serbia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.352,50	10.500,00	0,00	3.900,00
Italia	290,00	420,00	2.556,50	561,00	3.470,00	10.749,00	7.540,17	18.151,92	8.835,50	7.057,11	10.285,00	2.472,67
Australia	0,00	0,00	0,00	296,50	593,00	690,00	1.380,00	1.460,00	843,75	562,00	0,00	1.926,00
Francia	865,46	3.992,85	2.842,40	1.004,00	855,60	3.106,05	3.936,40	6.926,39	7.482,62	4.652,91	33.570,94	988,76
Federación Rusa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	297,40	0,00	911,25
Canadá	1.287,00	1.816,00	2.948,88	4.222,51	23.531,80	4.566,12	3.994,00	5.800,69	1.436,10	8.620,13	1.565,50	779,97
Alemania	0,00	570,24	0,00	304,60	1.902,00	3.804,14	1.873,80	3.520,40	213,01	2.773,35	12.998,37	639,77
Reino Unido	3.327,50	2.912,00	1.457,00	2.548,00	0,00	1.001,00	2.247,87	4.265,50	2.624,57	3.288,00	1.670,97	384,22

Fuente: (Siicex, 2019) Elaborado: (Siicex, 2019)

## **Partida Arancelaria**

La exportación de la pulpa de guanábana se va a realizar bajo la partida arancelaria 2009893000

**Emisión de la Factura:** Una vez llegado a un acuerdo, entre las partes, el exportador debe emitir la factura con lo cual se da a conocer las condiciones de venta, la misma que contiene: lo que en su momento se emitió llamado packing list, solo que este documento tiene validez tributaria ya que detalla el valor total de la mercadería.

**Apertura de carta de crédito:** Cuando no se tienen referencias del importador, o cuando la política del exportador es la de vender sus productos mediante un documento confiable y seguro, exigirá que previo al embarque de la mercadería, sea abierta una carta de crédito, por parte del importador a un banco generalmente señalado por el exportador, con el fin de garantizar la negociación de la exportación.

Prodebanco puede ser su Banco avisador y confirmador en Ecuador los cuales nos presta beneficios como facilitar y respaldar la gestión de una compraventa internacional, brindando la posibilidad de gestionar mejor los riesgos implícitos.

Posibilita financiamientos, obteniendo plazos de pago al importar o adelanto de fondos de una exportación

**Obtención de autorizaciones y certificados:** El importador dará las instrucciones de embarque al exportador, cuáles serán estos documentos que el importador necesita que le remita, con ello, el exportador está obligado a tramitar los requisitos necesarios del producto, tales como la obtención del certificado sanitario, certificado de origen, certificado de calidad y el certificado de análisis.

**Contratación de la agencia de carga internacional:** A fin de elegir la empresa de carga que ofrezca las mejores condiciones y garantías, se observará todas las prestaciones que brinden, para lo cual se optará por aquella que tenga experiencia en exportación de alimentos congelados, sea esta marítima y que además tenga filiales en Holanda.

**Tiba Group** es la encargada de gestionar el medio de transporte ya que ellos tienen salidas vía marítima 2 veces por semana.

**Contratación de agencia de carga internacional:** Al fin se elige la empresa de carga que ofrezca una mejor calidad y garantía, se observará todas las prestaciones que brinden, para lo cual se optará por aquella que tenga experiencia en exportación de alimentos congelados, sea esta marítima y que además tenga filiales en Holanda.

**Pre-Embarque Almacenamiento del producto:** Los productos terminados son almacenados en cuartos fríos, hasta el momento en que sean preparados para su traslado hasta el puerto de Guayaquil para embarcarlos con destino a Holanda.

**Embarque Aceptación de la orden de embarque:** Cuando la Orden de Embarque por el Sistema de Ecuapass es aceptada, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga hacia los patios de aduana donde se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

**Transportación interna:** La mercadería es transportada hasta los patios de aduana, para ello se subcontratará el servicio de camiones con refrigeración, con capacidad de carga de 20 toneladas.

**Inspección Policial:** En el recinto aduanero, la mercadería es inspeccionada por la policía antinarcóticos, a fin de verificar se presente alguna novedad.

**Regularización de la exportación:** Luego de haber ingresado la mercadería para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la declaración aduanera de exportación.

Se indica el régimen aduanero, para el presente estudio, la comercialización de la pulpa de fruta congelada, se la realizará bajo Régimen 40, con ello queda establecido que la mercancía es para uso o consumo definitivo.

Previo al envío electrónico de la DAE, el transportista de carga deberá enviar el documento de manifiestos de carga de exportación, en este caso aplica Bill of Lading.

En el sistema de ECUAPASS se procede a validar la información de los documentos si el proceso de validación esta correcto, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el referendo de la DAE, el agente de aduana presentará la documentación al distrito aduanero designado.

**Desaduanización de mercadería:** Los documentos originales de embarque como mínimo son: Factura Comercial, Conocimiento de Embarque, Certificado de Origen, Certificado Fitosanitario, etc., a través de un agente de aduana, el importador, procederá al trámite de nacionalización de su mercadería.

El agente de aduana realizará el trámite de la documentación, debiendo pasar por Aforo, Liquidación y Recaudación y cancelará el valor de los tributos correspondientes, además deberá cancelar el valor respectivo por concepto de tasas portuarias y de almacenaje.

**Retiro de la mercadería:** El importador una vez que haya cumplido con todos los requerimientos, retira la mercadería y las traslada hacia sus bodegas.

**Traslado interno:** El importador debe contar con vehículos refrigerados, para el traslado de la mercadería hasta sus instalaciones. Deberá contar con bodegas en frío, con el fin de mantener la temperatura acorde con las necesidades del producto.

### **Transporte Vía marítima**

Mediante navieras como, Hapag Lloyd, Hamburgsüd y Maersk, se llegará a puerto de destino en Ámsterdam. Usar este tipo de naviera será de gran ayuda ya que son las que menos tiempo hacen en llegada a destino y facilitan mediante el embarcador el MRN y así poder realizar anticipados.

El puerto de Rotterdam, Ámsterdam, Moerdijk, Terneuzen en Holanda, principalmente, podría considerarse como la puerta marítima de entrada. La distancia que existe entre el puerto marítimo de Guayaquil y el puerto de Rotterdam en Holanda es de 10.600,74 km o 6.587,00 millas, esta distancia la recorre un buque de carga en un tiempo de 15 a 35 días dependiendo si hace escala en algún puerto marítimo y el tiempo que demora en pasar el canal de Panamá.

### **Plan de Logística Internacional**

#### **Envases Primario**

<b>Medidas</b>	17cm x 7cm x 12cm (LxAxH)
<b>Peso</b>	100gr
<b>Medidas</b>	17.5cm x 7.5cm x 12.3cm Sachet caja x 10
<b>Peso</b>	1000gr

#### **Envases Secundario: Caja**

<b>Medidas</b>	35cm x 45cm x 15cm (LxAxH)
<b>Peso</b>	12kg
<b>Cantidad</b>	12 cajas x caja de 1kg

## Pallet

<b>Dimensión</b>	1200mm x 1000mm x 162mm
<b>Peso máximo</b>	1200kg
<b>Cantidad</b>	12 cajas x caja de 1kg
<b># Cajas base</b>	$120/35= 3.43$ // $100/45= 2.22$ Total <b>6 cajas</b>
<b>Niveles de Caja</b>	$120/45=2.66$ Total 3 Niveles
<b>Apilamiento</b>	$3 \times 6= 18$ cajas por pallets

## Diseño del rotulado

Toda caja deberá estar marcada y rotulada con los siguientes datos que permiten identificar la carga.

- Nombre del exportador
- Nombre del producto
- Nombre del importador
- Dirección
- Número de conocimiento de embarque. (BL)
- País de origen
- 
- País de destino
- Señalética de manejo
- Marcas de precaución
- Dimensiones de las cajas
- Número de bultos en total
- Peso

Se utilizará 1 contenedor Dry 20 pies, las cuales contiene las siguientes especificaciones.

<b>Peso Tara</b>	<b>Capacidad de carga</b>	<b>Capacidad cúbica</b>	<b>Longitud interna</b>
<b>2300</b>	25.000 kg	33,2 m <sup>3</sup>	5,9 m

<b>Ancho interno</b>	<b>Altura interna</b>	<b>Ancho apertura puertas</b>	<b>Altura apertura puertas</b>
<b>2300</b>	25.000 kg	33,2 m <sup>3</sup>	5,9 m

El tipo de embarcación que se utiliza para realizar intercambios comerciales es a través de vía marítima. Holanda se caracteriza por contar con una adecuada infraestructura de puertos. Holanda cuenta con un excelente acceso al mar gracias a su posición geográfica entre los que más destacan está el puerto de Rotterdam, el puerto de Ámsterdam, el puerto de Zelanda.

### **Aplicación del incoterm**

El INCOTERM para usar será FOB (Free on Board) puesto que Holanda tiene mayores opciones para la elección del transporte internacional del seguro. Así mismo el comprador reservará el buque corriendo con los gastos y asumirá los riesgos del transporte internacional, es lo que indica en el término de negociación.

### 3.5.1.3. Análisis de la Competencia

El incremento de los canales de comercio de guanábana en el mercado europeo simboliza una manera de desarrollo a la multiplicidad de oferta exportable y de mercado. Por tratarse de una fruta novedosa el Ecuador posee una gran oportunidad de ser reconocido en el mercado internacional gracias a la calidad que posee la guanábana ecuatoriana.

En Ecuador actualmente existen variedad de jugos elaborado a bases de frutas que son exportados y distribuidos a supermercados y tiendas, en fin, empresas que llegan a los consumidores con buena aceptación.

Desde el punto de vista de la estructura empresarial, el sector se caracteriza por una hegemonía de empresas verticalmente integradas que están activas en todos los segmentos de la cadena de valor. El sector de la exportación de guanábana alcanza, especialmente, tres ámbitos de actividad: forma de pulpa o fruta en estado natural, jugo, néctares y zumos. El producto posee competencia indirecta.

En la tabla N°15 se presenta los principales ofertantes considerados como competencia directa de pulpa de guanábana.

EMPRESA	CIUDAD	UBICACIÓN	TELÉFONO
<b>Profrutec S.A.</b>	Quito	Av. de La Prensa N63-55 Y, Quito 170103	(02) 259-1974
<b>DLIP INDUSTRIAL SA,</b>	Cotopaxi	Panamericana Norte Tanicuchi	(02) 292-0695
<b>Ecuaguanabana</b>	Quinsaloma	Vía a la Lorena Km. 4, Edif. Ecuaguanabana	099 593 0000
<b>EXOFRUT</b>	Guayaquil	Km 19.5 Vía a la costa	593 4 2046040

**Tabla 15.** Competencia

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*

A nivel comercial tenemos competidores directos que presenta más similitud en las características del sabor de la guanábana a la de Ecuador, es estima en las regiones sudamericanas tropicales producido principalmente en Brasil, Colombia, Perú y Venezuela; esto gracias a que las condiciones climáticas dentro de estos países son idóneas para el proceso de producción que hace que la fruta posea un exquisito sabor, los cuales también dirige sus exportaciones al mercado de Holanda, manteniendo una gran aceptación de su producto. La pulpa de guanábana uno de los beneficios que ofrece es que esta elaborado por la propia fruta en su estado natural.

Cabe indicar que en este proyecto también interviene el ámbito ambiental; ya que los posibles daños que se podría causar al medioambiente por lo que se propone las siguientes alternativas para ser desarrolladas como medida de prevención es tomar el desperdicio que se obtiene de la guanábana al obtener la pulpa y destinarlo para uso como balanceado para el ganado. Con respecto a las maquinaria y equipos a fin de evitar cualquier daño se realizará constantes mantenimientos.

#### **3.5.1.4. Producto a comercializar Fruta guanábana**

La guanábana, cuyo nombre científico es *Annona muricata*, La pulpa de la fruta posee un alto porcentaje de vitaminas A, B y C, fibra, sales minerales de fósforo y potasio, las plantaciones se propagan en una altitud entre los 0 y los 1.000 metros sobre el nivel del mar, y la temperatura promedio es de 20°C a 30°C.

Además de servir en la etapa alimenticia funciona como un elemento astringente que ayuda en la cicatrización de los tejidos y también combate las células cancerígenas en el cuerpo humano; sus raíces se pueden utilizar en tratamientos antidiabéticos y antiparasitarios; las hojas también cumplen una función anticancerígenas al usarlas en té o de forma directa; las flores de la planta y la corteza del fruto funcionan como anticancerígenas y finalmente las semillas cumplen una función insecticida orgánica.

Las principales bondades medicinales que se atribuyen a la guanábana para el tratamiento de enfermedades son: Antitumoral, Anti-carcinogénico, antiespasmódico, sedativo, combate el asma, combate la hipertensión, combate la diabetes y sana problemas del hígado.

### Características del producto

La guanábana es un fruto que tiene forma corazonada u ovalada, mide hasta 40 cm, su superficie es de color verde brillante y se caracteriza por la presencia de púas o espinas, el interior de la pulpa es blanca, cremosa, carnosa, jugosa y ligeramente ácida y con muchas semillas, pesa en promedio 2.9 Kg de, los cuales 75.6% corresponden a la pulpa, el 4.8% es semilla; el 12.7% corresponde a la cáscara y el 6.9 al raquis; sus frutos son dulces 17.2 grados Brix y posee en promedio 171 semillas por fruto.



Fuente: [blog.oncosalud.pe/la-guanabana-la-fruta-con-mayores-beneficios-para-tu-salud](http://blog.oncosalud.pe/la-guanabana-la-fruta-con-mayores-beneficios-para-tu-salud)

### Valor nutricional de la guanábana

Tabla 16. Nutricional de la guanábana

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA GUANÁBANA POR 100 G.	
Calorías (Kcal.)	66
Grasas (g.)	0,3
Hidratos carbono (g.)	16,8
Proteínas (g.)	1
Fibra (g.)	3,3
Potasio (mg.)	278
Magnesio (mg.)	21
Niacina (mg.)	0,9

*Información adaptada de la investigación de campo. Elaborado por la autora.*

## **Resultados Esperados en la Aplicación de la Propuesta**

El aporte esperado es brindar nuevas plazas de trabajo a los habitantes, dar a conocer la transformación de las frutas exóticas en el Ecuador y de dinamizar la economía de la misma, cabe recalcar la alta calidad hace que existan empresas que pueden competir a nivel mundial demostrando el tipo de mano de obra y la calidad con la que se trabaja.

Este proyecto aporta al país una nueva plaza de mercado para nosotros, ya que al exportar este tipo de producto no solo ganamos como empresa, sino también como país. Entre Holanda y Ecuador existen muchas más negociaciones y tratados en diferentes campos que puedan ayudar económicamente a ambas partes.

La contribución a la cadena de valor es que; al existir una producción considerable en el país hace que la balanza comercial en las exportaciones no petroleras tenga un superávit. Lo que se intenta hacer es que los agricultores no pierdan, ya que al poder recolectar la mayor producción nacional y pagar a precios justos se pueda cambiar la matriz productiva. El beneficio que tiene Holanda al consumir este producto por parte de Ecuador es que recibe calidad y algo nutritivo que es 100% natural. Ya que la elaboración de la Pulpa de fruta no se contempla la utilización de ningún tipo de endulzantes, colorante o saborizante que altere la composición del mismo ya que al ser un producto perecible lo único que se hace para mantener su conserva es que debido al proceso de empacado al vacío y que se lo mantiene en congelación no deja que el producto se deteriore o exista proliferación de bacterias siempre y cuando se mantenga la cadena de frío.

## Conclusión

Después de haber realizado el Estudio de Factibilidad Para La Exportación de Pulpa De Guanábana de la Empresa Austrofood Cía. Ltda. al Mercado Holandés para el Periodo 2021-2022, se llega a las siguientes conclusiones:

- La guanábana es un fruto que se cultiva dentro de las provincias de Cotopaxi, Guayas, Santa Elena, Bolívar, entre otras donde se denota su vasta producción lo que facilita su exportación hacia mercados extranjeros.
- La guanábana es una fruta que tiene una demanda alta en Europa, lo cual facilita la introducción del producto en Holanda, permitiéndonos el incremento del desarrollo de las exportaciones nacionales.
- Existen facilidades entre la Unión Europea y Ecuador para las exportaciones de productos no tradicionales, entre ellos la guanábana, los mismos que entran con un arancel del 0% que entró en vigor el 1 de enero del 2017.
- El Consumidor Holandés tendrá muchas facilidades al momento de consumo de la guanábana ya que esta será exportada hacia dicho mercado a modo de pulpa para su consumo.
- La comercialización de la guanábana en Holanda se realiza por medio de un distribuidor local lo cual facilita el alcance a los consumidores en la obtención del producto de manera cómoda y accesible.

## **Recomendación**

Una vez realizado el análisis teórico y metodológico del proyecto se brinda las siguientes recomendaciones:

- Diseñar alianza estratégica con los pequeños productores de guanábana para asegurarse el stock de la fruta.
- Implantar el proyecto, con todas las exigencias técnicas y de mercado que requiere, lo que implica el establecimiento de un control continuo de calidad en todo el proceso operativo de exportación y de entrega de la fruta en el mercado holandés
- Se recomienda realizar negociaciones revisoras periódicas con los importadores con el fin de mejorar el tipo de distribución y abastecimiento, así como sus requerimientos en caso de necesitarlo.
- Además, se recomienda realizar estudios de nuevos mercados en la Unión Europea a fin de expandir las exportaciones de guanábana del Ecuador hacia países aledaños de Holanda.

## Bibliografía

- Agronegocios. (2019). <https://www.agronegocios.co/agricultura/laguanabana-nacional>
- Arancel del Ecuador. (2007).
- Beetrack. (2020). sistema-de-seguimiento
- Cerda. (2003).
- Cifuentes, C. (2019). La guanábana una fruta de algunas regiones de Sudamérica.
- Código Orgánico COPCI.
- Conocimientosweb.net. (2015). Que es un estudio de factibilidad.
- Constitución de la Republica Del Ecuador. (2008).
- Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, Vigésima Edición.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN (2016),
- Ecuador, B. C. (2020). Banco Central del Ecuador.
- Europea, U. (2019). *Unión Europea*.
- Exofrut. (10 de 11 de 2015). *Presentación de guanábana para exportación*.
- IICA BLOG. (2021).
- Montes de Oca, J (2015), Exportación. Economipedia.com
- PACIFIC FRUIT. (2020).
- Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida. ç
- Procomer. (2018). *Exportadores ecuatorianos de guanábana proyectan crecimiento de sus envíos*.
- Proexpansión. (2014). *¿A qué países debemos exportar nuestras guanábanas?*
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación*.
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017).
- Servicio Nacional de Aduana. (2010).
- Varela, R. (1997) Evaluación económica de proyectos de inversión. Grupo editorial Iberoamericana.
- \_\_\_\_\_ (2010). Estudios de factibilidad y proyectos.
- [www.estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com](http://www.estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com):
- <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-yviabilidad.html>

# **ANEXO**

## **Anexo 1**

### **Guía de encuesta**

**Instructivo:** Para contestar estas preguntas sírvase responder con honestidad cada una de ellas, marque con una X a la alternativa que crea conveniente.

### **Preguntas**

#### **1.- Sexo de los encuestados**

**Masculino**

**Femenino**

#### **2.- Edad de los encuestados**

20 a 25 años

26 a 35 años

36 a 50 años

51 a 65 años

#### **3.- ¿Tiene conocimiento de la fruta Guanábana?**

SI NO

#### **4.- ¿Tiene conocimiento de los beneficios de la Guanábana?**

SI NO

#### **5.- ¿Si conocieran sus múltiples beneficios y vitaminas, que tiene la guanábana las consumirían?**

Si No

**6.- ¿Con que frecuencia comercializa la Guanábana?**

Diario

Quincenal

Mensual

**7.- ¿Qué fue lo último que vieron sobre nuestro producto que los impulsó a comprarlo?**

Presentación

Empaque

Contenido

**8.- ¿Cuál es el beneficio más importante que los clientes reciben de tu producto**

Calidad

Precio

Servicio

**9.- ¿Cómo calificaría el nivel de satisfacción con el servicio que le ofrecemos?**

Bueno

Mala

Excelente

## Anexo 2

### GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL GERENTE DE LA EMPRESA ING.JORGE ISA

**Objetivo:** Obtener información acerca de estudio de factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana de la empresa Austrofood cía. Ltda. al mercado holandés para el periodo 2021–2022. con el propósito de recopilar mayor información.

**Instructivo:** Para contestar estas preguntas sírvase responder con honestidad cada una de ellas.

1. ¿Quiénes son los principales competidores en producción y exportación de Guanábana a nivel Nacional?
- 2.- ¿Cómo los competidores logran posicionarse en el nuestro mercado?
- 3.- ¿Los exportadores ecuatorianos han visto la posibilidad de abrir nuevos mercados?
- 4.- ¿Requiere apoyo del gobierno?
- 5.- ¿Qué tipo de apoyo necesita?