



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA EXPORTADORA DE
CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A. HACIA EL MERCADO DE
FRANCIA - PARÍS EN EL AÑO 2022.**

**VALAREZO MIÑAN ALISON NICOLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**VALDIVIEZO MONTES SCARLET NICOLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA
EXPORTADORA DE CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A.
HACIA EL MERCADO DE FRANCIA - PARÍS EN EL AÑO 2022.**

**VALAREZO MIÑAN ALISON NICOLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**VALDIVIEZO MONTES SCARLET NICOLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA
EXPORTADORA DE CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A.
HACIA EL MERCADO DE FRANCIA - PARÍS EN EL AÑO 2022.**

**VALAREZO MIÑAN ALISON NICOLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**VALDIVIEZO MONTES SCARLET NICOLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

**MACHALA
2023**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA EXPORTADORA DE CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A. HACIA EL MERCADO DE FRANCIA – PARÍS EN EL AÑO 2022.

por Scarlet Nicole Valdiviezo Montes Y Alison Nicole Valarezo Miñan

Fecha de entrega: 05-oct-2023 02:36p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2186753303

Nombre del archivo: Tesis_Exportacion_de_Camar_n.pdf (1.45M)

Total de palabras: 18705

Total de caracteres: 107727

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA EXPORTADORA DE CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A. HACIA EL MERCADO DE FRANCIA – PARÍS EN EL AÑO 2022.

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	1%
2	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	1%
3	pacific-sea-food.com Fuente de Internet	<1%
4	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to Universidad de Guayaquil Trabajo del estudiante	<1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
8	scielo.conicyt.cl Fuente de Internet	<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, VALAREZO MIÑAN ALISON NICOLE y VALDIVIEZO MONTES SCARLET NICOLE, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA EXPORTADORA DE CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A. HACIA EL MERCADO DE FRANCIA - PARÍS EN EL AÑO 2022., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



VALAREZO MIÑAN ALISON NICOLE

0707384111



VALDIVIEZO MONTES SCARLET NICOLE

0750198533

DEDICATORIA

Este logro va dedicado a:

A Dios,

A Foster Colon Valarezo Erazo

A Maritza Janeth Miñan Renteria

A Kevin Foster Valarezo Miñan

Alison Nicole Valarezo Miñan

Le dedico este logro a:

A Dios,

A mi madre Herminia Díaz Cuenca

A mi hermano Jonathan Semanate Díaz

Scarlet Nicole Valdiviezo Montes

AGRADECIMIENTOS

- Agradezco en primer lugar a Dios por brindarme la sabiduría la serenidad, la paciencia y fortaleza para continuar en esta carrera universitaria y formación profesional.
- En segundo lugar, a los pilares fundamentales de mi vida que son mis padres Foster Colon Valarezo Erazo y Maritza Janeth Miñan Renteria gracias a ellos por la lucha la entrega y dedicación que han tenido conmigo durante estos años.
- A mi pareja por la paciencia y por brindarme siempre su apoyo a lo largo de mis estudios y vida profesional.
- Por último, al Dr. Luis Pastor Carmenate y tutor Ing. Jimmy Díaz Cueva por su entrega y guía al transmitirnos sus valiosos conocimientos y docentes que he tenido a lo largo de la carrera y en las adversidades que se pasaron en estos últimos años, gracias porque nos han brindado sus conocimientos hacia nosotros para que seamos unos profesionales de bien.

Alison Nicole Valarezo Miñan

- Primero agradezco a Dios por ver guiado mis pasos y por haberme permitido culminar la carrera universitaria ya que sin él no hubiera logrado esta meta.
- Segundo, a mi madre Herminia Díaz Cuenca y a mi hermano Jonathan Semanate Díaz siendo mis pilares fundamentales en mi vida, por su apoyo incondicional en mi trayecto estudiantil y por brindarme consejos a lo largo de este camino para lograr mi objetivo.
- Tercero, a mi pareja por su paciencia y consejos a lo largo de mi trayecto universitario.
- Por último, mi docente de asignatura de titulación II Dr. Luis Pastor Carmenate y tutor de tesis Ing. Jimmy Díaz por su guía y dedicación para culminar la investigación a lo largo de la carrera, por compartir sus conocimientos y consejos para ser un buen profesional, siendo ellos nuestra guía valiosa para lograrlo .

Scarlet Nicole Valdiviezo Montes

RESUMEN

En síntesis, las exportaciones de camarón son fuentes principales, importantes de ingresos generados por las mismas que contribuyen a la balanza comercial, Producto Interno Bruto y al crecimiento económico del país. La comercialización de camarón genera divisas extranjeras, creando mayor estabilidad económica y también la capacidad para importar bienes y servicios. Además, promueve la inversión y la sostenibilidad, satisfaciendo el aumento de demanda de camarón a nivel internacional. El principal objetivo del trabajo de titulación es determinar la viabilidad de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia – París en el año 2022 mediante un estudio de factibilidad. La metodología que tiene esta investigación es un estudio a nivel cuantitativo con la finalidad de obtener datos positivos en nuestra tesis, aplicando información de fuentes primarias y secundarias confiables de tipo descriptivo y aplicativo porque detallan aspectos trascendentes sobre los inicios del sector camaronero y de las exportaciones del Ecuador, entre otras. Además, se emplea métodos teóricos y empíricos que ayudan a la elaboración y fundamentación del marco teórico. Por otra parte, mediante la evaluación de expertos se corrobora la viabilidad de la exportación de camarón hacia el mercado francés. En los resultados, se evidencia una pequeña parte financiera para la empresa, obteniendo de esta manera rentabilidad para exportar al mercado de Francia, ya que, evidencia una ascendente demanda por los productos del mar (camarón) debido a su calidad, así mismo, cuenta con buena capacidad tecnológica y de maquinarias para el proceso de exportación, el cual les genera ganancias y tiempo. Se debe evaluar la competencia que existe en el mercado y así determinar si la empresa tiene la capacidad para competir con otros mercados.

Palabras claves: Ecuador, Estudio de factibilidad, Exportación camaronera, Francia, Viabilidad.

ABSTRACT

In summary, shrimp exports are major, important sources of income generated by shrimp exports that contribute to the country's trade balance, Gross Domestic Product and economic growth. The commercialization of shrimp generates foreign currency, creating greater economic stability and also the capacity to import goods and services. It also promotes investment and sustainability, satisfying the increased demand for shrimp at the international level. The main objective of the degree work is to determine the feasibility of shrimp exports of the company PACIFIC SEAFOOD S.A. to the French market - Paris in the year 2022 through a feasibility study. The methodology of this research is a quantitative study with the purpose of obtaining positive data in our thesis, applying information from reliable primary and secondary sources of descriptive and applicative type because they detail transcendent aspects about the beginnings of the shrimp sector and the exports of Ecuador, among others. In addition, theoretical and empirical methods are used to help in the elaboration and substantiation of the theoretical framework. On the other hand, the viability of exporting shrimp to the French market was corroborated by the evaluation of experts. In the results, there is evidence of a small financial part for the company, thus obtaining profitability to export to the French market, since, evidently, the company is able to obtain a small profitability for the export of shrimp to the French market.

Key words: Ecuador, Feasibility study, Shrimp export, France, Feasibility.

INDICE GENERAL

REPORTE DE SIMILITUD	3
CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN.....	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN	13
CAPITULO I	16
1.1. Evolución de la gestión estratégica en el proceso de comercialización de camarón en relación con las ventas en la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. de la ciudad de Santa Rosa en el año 2023.....	16
1.1.1 Inicios de las exportaciones del Ecuador	17
1.1.2. Inicios de la Actividad Camaronera	18
1.2. Caracterización del proceso de comercialización internacional de camarón y del Estudio de factibilidad.	22
1.2.1. Estudio de factibilidad.....	22
1.2.2. Proceso de comercialización	23
1.2.3. Gestión estratégica	24
1.2.4. Comercialización Internacional	25
1.2.5. Exportación	27
1.3. Valoración de la situación actual de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de París – Francia en el año 2023.	27
1.3.1. Descripción física.....	29
1.3.2. Descripción Demográfica.....	31
1.3.3. Descripción Sociología	32
CAPITULO II	34

2.1.	Tipo de investigación	34
2.2.	Investigación cuantitativa.....	34
2.3.	Variables	35
2.4.	Hipótesis científica.....	36
2.5.	Perspectiva general.....	37
2.6.	Población.....	37
2.7.	Muestra.....	38
2.8.	Métodos teóricos.....	38
2.9.	Métodos empíricos.....	39
CAPITULO III.....		41
3.1.	Fundamentación teórica del estudio de factibilidad	41
3.2.	Elaboración del estudio de factibilidad	43
3.3.	Plan de negocios	45
3.3.1.	Resumen Ejecutivo	45
3.3.2.	Descripción del producto o servicio	46
3.3.3.	Análisis competitivo	46
3.3.4.	Análisis de mercado	47
3.3.4.1.	Análisis Foda de Francia	48
3.3.4.2.	Oferta.....	49
3.3.4.3.	Demanda	50
3.3.4.4.	Normativa legal en el país de destino de exportación.....	51
3.3.4.4.1.	Requisitos para exportar desde Ecuador.....	51
3.3.4.4.2.	Requisitos para exportar a la Unión Europea	52
3.3.5.	Plan de marketing	53
3.3.5.1.	Precio.....	53
3.3.5.2.	Producto	54
3.3.5.3.	Promoción	54

3.3.5.3.1. Estrategias de promoción	54
3.3.5.4. Plaza	55
3.3.5.4.1. Cadenas de distribución.....	55
3.3.6. Sistema de negocios	55
3.3.6.1. Descripción de contenedor.....	55
3.3.6.1.1 Contenedor refrigerado de 40 pies - especificación técnicas del contenedor	55
3.3.6.1.2. Términos de negociación en Incoterm FOB.....	56
3.3.7. Cronograma	58
3.3.8. Financiación	58
3.3.8.1. Empaquetado para la exportación.....	59
3.3.9. Conclusión.....	60
3.4. Evaluación del Aporte Práctico por parte de los Expertos en Comercio Exterior.....	61
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES.....	67
REFERENCIAS.....	68
ANEXOS	76

LISTA DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

Ilustración 1	19
Ilustración 2	20
Ilustración 3	30
Ilustración 4	30
Ilustración 5	31
Ilustración 6	32
Ilustración 7	32
Ilustración 8	47
Ilustración 9	48

Ilustración 10	50
Ilustración 11	51
Ilustración 12	56
Ilustración 13	56
Ilustración 14	57
Tabla 1	48
Tabla 2	58
Tabla 3	59
Tabla 4	60

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIMBOLOS

CNA: Cámara Nacional de Acuicultura

EE. UU: Estados Unidos

PNCS: Plan Nacional de Control Sanitario

RUC: Registro Único de contribuyente

VUE: Ventanilla Única Ecuatoriana

INTRODUCCIÓN

La industria camaronera de Ecuador se ha convertido en una fuente importante económica del país obteniendo crecimiento de empleo y desarrollo. El camarón es el segundo producto principal de las exportaciones no petrolero del país. Además, Ecuador es el tercer proveedor mundial de crustáceos. Ecuador espera que las exportaciones ecuatorianas de camarón aumenten significativamente y representen el 25% de las exportaciones de pescado y marisco para 2022. Puesto que, este crustáceo es conocido por su invaluable calidad y sabor, el cual, ha marcado un aumento significativo épocas atrás. Por ende, se detalla la importancia de dichas exportaciones enfatizando su gran impacto en los ingresos del país, en los aumentos de empleos y su variación económica, contribuyendo a las relaciones comerciales internacionalmente siendo factor clave en los mercados mundiales de producción de productos del mar.

Ecuador - Santa Rosa – El Oro se ha caracterizado en ser la “Capital camaronera del Mundo”. Su producción hoy en día se concentra en varios países. Según datos del CNA (Cámara Nacional de Acuacultura) en el 2022 se exportó hasta el mes de diciembre 197.378,288 camarones por libra; sumando su totalidad de todos los meses en el mismo año tiene un total de 2.338.695,245 libras de camarón, obteniendo un crecimiento anual del 26%. El principal destino de este crustáceo es China; siguiendo como segundo lugar Estados Unidos. La ciudad de Santa Rosa, la cual se encuentra ubicada en la provincia de El Oro, tiene algunas empresas exportadoras y empacadoras de camarón al igual que insumos para la misma, como es el caso de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A., la cual es caracterizada por su innumerable procesamiento y comercialización de camarón hacia distintos países produciendo más de 150 mil libras diarias de camarón, dando como total aproximado 22 mil millones de libras al año.

Francia está situada en Europa Occidental, país consumidor de crustáceos. A pesar de las posibilidades de importar nuestro producto a causa de la Pandemia denominada Covid-19; el sector camaronero demostró pequeñas dificultades en la calidad, el precio internacional, las enfermedades de cultivo, afectación del ambiente. Para resolver la problemática tenemos la siguiente interrogante ¿Cómo determinar la viabilidad de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia – París en el año 2022? Además, para esta investigación se determinó el siguiente

objeto de estudio que es el proceso de comercialización internacional de camarón hacia el mercado francés mediante procesos estratégicos de manera eficiente de parte de la empresa exportadora.

El covid-19 es un inicio al problema en las exportaciones de la empresa debido a que en el año 2020 desde el mes de marzo su producción hacia el mercado de China limita los negocios de camaroneros del Ecuador tras encontrar coronavirus en los embalajes. De esta manera dicha prohibición afecta a los productos exportados de las empresas más grandes del país desde el mes de marzo. Es por ello que se plantea el siguiente objetivo, determinar la viabilidad de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia – París en el año 2022 mediante un estudio de factibilidad. De eso se desprende, el campo de acción que es el estudio de factibilidad, el cual, se realizara un análisis exhaustivo para determinar si la empresa es rentable para la exportación al mercado que se le está proponiendo.

En los últimos años ha habido un descenso en las exportaciones de camarón a consecuencia de la pandemia COVID 19, tales como inestabilidad en los procesos de exportaciones, bajo rendimiento en su productividad, desequilibrio en los precios de exportación, los excesos costos de producción, la gobernanza complicada y la falta de crecimiento sostenible son el problema que enfrentan los camaroneros ecuatorianos en 2022 a medida que se reducen las exportaciones el estancamiento del mercado de exportación de productos del mar en Francia, junto con los problemas locales como la contaminación, pueden fácilmente causar problemas para las oportunidades de crecimiento de las importaciones ecuatorianas.

Referente a los antecedentes históricos se ha evidenciado la evolución de la gestión estratégica en el proceso de comercialización de camarón en relación con las ventas en la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. de la ciudad de Santa Rosa en el año 2022. Lo cual ha permitido desarrollar técnicas más eficientes para la pesca, por ejemplo, redes de arrastre y sistemas de trampas para los camarones; utilizando mejor tecnología para abastecer a los mercados internacionales. Siendo de esta manera poder verificar la viabilidad en varios entornos para la comercialización de camarón. Agregando que, en esos tiempos de inicios algunos países como Estados Unido, Ecuador, Tailandia y China fueron exportadores importantes de camarón, los cuales aprovecharon los recursos naturales que brindaba el país.

Con relación a los antecedentes conceptuales que engloba a la caracterización del proceso de comercialización internacional de camarón y del Estudio de factibilidad en donde se puede evidenciar existe dos premisas la una es la caracterización del proceso de comercialización internacional de camarón y la otra el Estudio de factibilidad. Donde se ha demostrado las conceptualizaciones de distintos autores tomados de fuentes primarias y secundarias, la cual, ha ayudado a obtener juicios críticos desarrollando un mayor conocimiento para elaborar y fundamentar el aporte práctico.

La hipótesis del estudio de caso si se elabora un estudio de factibilidad, entonces se determina la viabilidad de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia - París en el año 2022. La investigación es de tipo cuantitativa en donde se ha empleado métodos teóricos: Hipotético-deductivo, incorporando información obtenida a mediante la implementación entrevistas y encuestas que se han realizado al personal administrativo especializados en la exportación de camarón y poder llegar a una conclusión y determinar si la exportación de camarón de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A tiene gran acogida en el mercado internacional, especialmente en el mercado Francés, Paris y establecer su posible factibilidad mediante un análisis. Método analítico-sintético, para analizar determinadas cuestiones como las variables dependientes e independientes de la investigación a través de un análisis detallado y específico en los costos de producción y exportación, para determinar si existe oportunidad de comercializar camarón en el mercado francés, esto proporcionará información objetiva y específica para actuar consecuentemente.

Por otro lado los resultados alcanzados en la investigación se determinó la viabilidad de la exportación de camarón de la empresa PACIFIC SEAFOOD hacia el mercado de Francia debido al análisis completo que se ha realizado tanto interno como externo de la empresa y del mercado determinando que la empresa tiene rentabilidad para dicha exportación obteniendo a su vez una mejor oportunidad internacional; recalando que la empresa cuenta con toda la capacidad tecnológica comercial legal y financiera para llevar a cabo el proyecto generando mayor ingreso a la misma.

CAPITULO I

1.1. Evolución de la gestión estratégica en el proceso de comercialización de camarón en relación con las ventas en la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. de la ciudad de Santa Rosa en el año 2022.

Uno de los temas que exhibe discrepancia en las construcciones teóricas y metodológicas es la gestión estratégica, el cual su objetivo es llevar al investigador optar por un enfoque coherente de acuerdo a su posición cognitiva y en algunas ocasiones apunta la necesidad de establecer su propia perspectiva (Céspedes, 2020).

La gestión estratégica es un elemento clave para llegar a la superación organizacional como también es de vital importancia alcanzar todos los objetivos de las empresas.

La gestión estratégica es un mecanismo el cual se utiliza para gestionar y comandar el cambio, en la que se concretan las metas que tiene la organización y en el cual se desarrollan destrezas. Además, con esta herramienta se corrobora la participación que se tiene en la toma de decisiones y liderazgo, las cuales pertenezcan a las necesidades del entorno actual y futuro (González, Salazar, & Ortiz, 2019).

Expuesto en la cita anterior, la gestión estratégica en el proceso de comercialización nos facilita a analizar la relación de la organización que tiene con su entorno. Además, ayuda a que estas tengan un mejor enfoque en cuanto sus objetivos y misión de la empresa llegando a mejorar su toma de decisiones y teniendo así más oportunidades.

La exportación de camarón ha sido una industria clave de la economía ecuatoriana durante muchos años. Esta profesión ha pasado por innumerables evoluciones y el resultado es un proceso de comercialización altamente estratégico. La gestión estratégica que se encuentra detrás del proceso de comercialización del camarón ecuatoriano es una pieza fundamental para garantizar la producción a escala internacional. En este artículo examinaremos cómo la evolución de la gestión estratégica ha contribuido al proceso de comercialización del camarón ecuatoriano.

1.1.1 Inicios de las exportaciones del Ecuador

Alrededor de 1907, comenzó en Ecuador sus inicios de crecimiento en la economía de las exportaciones. Este desarrollo económico se obtuvo con los primeros productos que fue el café y el cacao con la cual se adquirió ingresos, mismos que se entregaron a Países Europeos y los Estados Unidos.

Las exportaciones de cacao disminuyeron en el año 1914 a causa de la Primera Guerra Mundial y por un incremento en las producciones de cacao a menor costo en África. Mientras que en los años próximos mejoraron las relaciones comerciales con los Estados Unidos dando lugar a un crecimiento en las exportaciones de cacao de ese país, no obstante, los precios mundiales declinaron en el año 1917 provocando una crisis del cacao (Segarra, 2012).

Expuesto ya en la cita anterior, el autor hace referencia a las exportaciones de cacao que fue una de las primeras en la economía ecuatoriana; su declive por factores naturales como la Primera Guerra Mundial y el descenso de costo de la misma, lo cual produce una gran crisis cacaotera.

El auge de banano se realizó a comienzos de la década de 1950. En el cual, Ecuador logró obtener una excelente intervención en el mercado global a periodos de 1950 y 1965, a pesar de ello, la presencia de hongos y plagas inquietaron a los trabajadores reduciendo el nivel de producción y al mismo tiempo sus exportaciones (Segarra, 2012).

A principios de la década de 1950, se dio el auge bananero. Entre los años de 1950 y 1965, Ecuador obtuvo una participación en el mercado internacional, alrededor de una cuarta parte a nivel mundial, sin embargo, la existencia de plagas y hongos afectaron a los productores disminuyendo su producción y a la vez su exportación de la misma

El banano se transformó en una de los principales productos agrícolas de exportación, el cual señaló el compás de innovación realizadas en la industrialización. Estos finalmente se integraron en una estructura oligárquica que consistía en una serie de “modernidades” económicas (Macaroff, y otros, 2022).

Otro boom de exportación que se dio, la cual también fue comercializado y mediante esta también provoco un aumento en la economía del país. (Banco Central del Ecuador, 2017) Menciona que el auge petrolero provocado en la década de los 70 ocasionó cambios importantes y trascendentales en la estructura económica que tiene el país, en aquel

momento había caído en manos de las exportaciones agrícolas, principalmente del banano, cacao y café.

Otros autores afirman lo siguiente:

Las exportaciones ecuatorianas de camarón han demostrado una tendencia creciente desde el año 2000, es decir la producción de libras exportadas ha aumentado año tras año; sin embargo, el valor promedio por cada libra ha disminuido, resultando en ingresos en dólares menores a los esperados. Ecuador, en el año 2014, aparentemente consiguió un máximo de USD 3,75 dólares, pero los precios promedio han estado cayendo desde el 2015 a medida que países como India e Indonesia han aumentado su acogida al mercado mundial.

Uno de los principales exportadores de camarón a nivel mundial es Ecuador, pero el incremento de la industria ha sido restringido en los últimos cinco años ya que los precios han caído desde 2015 y aunque produce y exporta más que en años anteriores, el dinero recibido fue menor de lo esperado para el año, como fue el caso en 2020, con más exportaciones que en 2019, pero menores ingresos, porque los precios en 2020 fueron un 7% más bajos que en 2019 (Loayza, Pastor, Salcedo, & Sotomayor, 2022).

Características de las exportaciones del Ecuador:

- Crecimiento en la economía de las exportaciones.
- Exportaciones del cacao.

1.1.2. Inicios de la Actividad Camaronera

En el año de 1968, aproximadamente comenzó la producción de camarón ecuatoriano donde se obtuvo ingresos que hoy en día se siguen dando. Desde el punto de vista de (Peña, 2017) manifiesta que “En términos de exportaciones no petroleras, la actividad camaronera es el segundo rubro más importante del país, a través de un 10% que abarca gracias a la producción total procedente de esta actividad que resulta ser económica”.

Esta fase se inició en Santa Rosa, provincia de El Oro, donde un grupo de emprendedores que se dedicaban a la agricultura de la misma se dieron cuenta de la existencia de camarón en algunos estanques.

Así fue, como esta industria empezó a desarrollarse y a expandirse alrededor de 1970 primero en la Provincia de El Oro y del Guayas, obteniendo mayor producción en El Oro

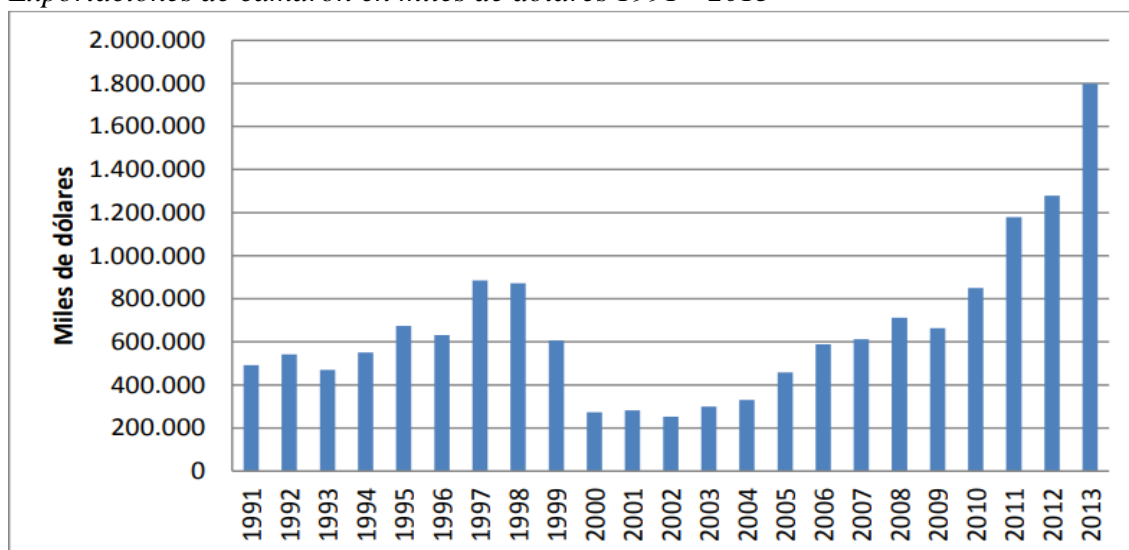
debido a cuestiones climáticas. Además, debido a la exportación de este crustáceo, se establecieron algunos laboratorios para las larvas, plantas de balanceado, emparadoras y fábricas de insumos para la misma. Dando como resultado un negocio beneficioso.

La producción de camarón tiene un enorme impacto en la economía ecuatoriana, tanto en términos de ingresos de divisas como de creación de empleo, ya que la industria del camarón requiere numerosa mano de obra durante todo el procesamiento de producción; así como también en la creación que ofrecen otras empresas sus servicios para todas las etapas, tales como la cría del crustáceo, su procesamiento de empaclado, así como la exportación.

En 1999 se dio una crisis en la industria camaronera debido a la Mancha Blanca, en donde inició en los países asiáticos llegando así a las costas. Teniendo una duración de un año, es decir, la plaga duro hasta el año 2000, la cual decayó la producción y la exportación del camarón.

Ilustración 1

Exportaciones de camarón en miles de dólares 1991 - 2013



Nota: El grafico representa al total de exportaciones en dólares que obtuvo durante 1991 hasta el 2013. Tomado de Exportación ecuatoriana de camarón (1991-2013), (Romero Salgado, 2014),

A partir del año 1999, las exportaciones cayeron hasta el 2002 donde recién empezó a incrementar sus exportaciones debido a que el virus fue desapareciendo, así mismo, debido a esta crisis se obtuvo nuevos mercados para este producto. Por ende, para el 2013 las exportaciones de camarón tuvieron un gran aumento ya que las industrias se fueron recuperando haciendo que este sector crezca en los últimos años.

Ilustración 2

Exportaciones de camarón 2010 – 2021



Nota: El gráfico representa el total de exportaciones de camarón en toneladas y dólares que se obtuvo en el periodo 2010 al 2021. Tomado de (Camara Nacional de Acuicultura, 2023),

De acuerdo a los datos obtenidos por la CNA las exportaciones fueron en aumentando, observando la (**Ilustración 2**) la economía ha ido aumentando respecto a sus exportaciones. En el 2018 se obtuvo 512 TM siendo la misma en dólares \$3.189,75.

La industria camaronera en los últimos años ha experimentado un crecimiento de la producción y los precios el cual, se dio durante el último periodo. Desde el 2007, el Ecuador ha mantenido un índice de crecimiento estable de aproximadamente 12% cada año. En el año 2017, el índice de exportaciones logró las 246.000 toneladas, un aumento de tres veces convirtiéndose en el principal productor del continente de este crustáceo de cultivo (camarón), significando más del 50% de la producción en América (Piedrahita, 2018).

Durante varios años aproximadamente en 1980 se fueron desarrollando programas para la capacitación relacionadas en estas áreas. Construyendo laboratorios de producción, implementos para estos criaderos, capacitación profesional para las industrias. Además, se empieza a implementar estándares de regulación sanitaria e certificaciones de calidad para el exportar el camarón al igual que los controles de calidad, entre otras implementaciones. En 1993 nace la organización que representa toda esta industria que es la Cámara Nacional de Acuicultura (CNA) dedicándose a la fabricación de alimentos, plantas de procesamiento y exportadoras, suministros entre otras.

En la actualidad, el sector camaronero es de vital importancia para la economía de nuestro país. Ya que, es un crustáceo reconocido en distintos países que ha logrado prestigio gracias a su sabor. Esta industria sigue creciendo cada vez, obteniendo un gran crecimiento y mejora en la producción.

En el año 2018, fue fundada la empresa Pacific Seafood dedicada a la comercialización de productos pesqueros, con altos estándares de calidad e inocuidad, cumpliendo la normativa vigentes, comprometida con la satisfacción de clientes y consumidores a través del mejoramiento continuo, apoyados en la tecnología idónea, con un equipo humano competente y comprometido con el crecimiento permanente de la organización, generando bienestar social a nuestro personal, la comunidad y preservando el medio ambiente (PACIFICSEAFOOD, 2023). Sin embargo, a pesar de su buena trayectoria en la industria camaronera tuvo un declive debido al virus denominado Covid-19, pero este ha logrado superar dicho virus y continuar con sus exportaciones.

La empresa desde que inicio hasta ahora en la actualidad se ha dedicado a la producción de camarón y otros crustáceos ofreciendo sus productos a compradores nacionales e internacionales; teniendo en cuenta que uno de sus mayores compradores es China siguiendo de Estados Unidos entre otros. Sin embargo, sigue buscando mercados nuevos para ingresar su producto la cual se hará un estudio de factibilidad para la exportación de camarón para ver si es viable o no el mercado meta.

Desde sus inicios hasta la actualidad la empresa se ha dedicado a la producción de camarón, ofreciendo y vendiendo su producto a compradores nacionales; sin embargo, por la actual demanda y la vulnerabilidad de los precios, se ha analizado la alternativa de implementa el área de exportación para así poder exportar a otros países para mediante un estudio de mercado.

La industria camaronera de Ecuador se ha transformado generando fuentes de empleo y de divisas para el país. El camarón es la segunda exportación no petrolera más grande del país, y Ecuador es el tercer proveedor mundial de crustáceos. Para el 2022, Ecuador prevé que las exportaciones de camarón ecuatoriano aumenten considerablemente y representen el 25 % de las exportaciones de pescado y mariscos. Los camarones en Ecuador a menudo se exportan a través de puertos, un método que no es económicamente factible para exportar camarones a nivel internacional.

Un problema que viene surgiendo desde hace muchos años en los ecuatorianos es que los impuestos a la exportación son mucho más altos que en los países vecinos. Esto es lo que llevó a que se observe este crecimiento de 2020 a 2022: durante ese período, las exportaciones de camarón aumentaron un 64%.

1.2. Caracterización del proceso de comercialización internacional de camarón y del Estudio de factibilidad.

1.2.1. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es implementado por empresas u organizaciones para mejorar la toma de decisiones encaminadas al momento de comprobar si el desarrollo de un negocio o proyecto es viable.

Un estudio de viabilidad es un análisis completo que tiene una empresa para delimitar si la ideología de negocio que se desea lanzar es beneficiosa y brinda las estrategias que se deben adoptar para alcanzar el éxito, entendiendo que todo proyecto solicita un financiamiento de recursos, es decir, las decisiones deben basarse en investigaciones y cálculos reales para que el negocio pueda tener un mejor funcionamiento y genere beneficios (Guasco & Luna, 2022).

Al realizar un estudio de viabilidad, nos ayuda a comprender y comprender las capacidades y situación interna de la empresa durante el proceso de planificación hasta la etapa de revisión e idealizar lo que queremos lograr. Conducir al éxito o al fracaso empresarial con el tiempo (Pinanjota & Yauli, 2020).

Figuroa, et al. (2022) indica que la viabilidad orienta la posibilidad real de alcanzar una meta u objetivo, para lo cual se debe evaluar fundamentalmente la viabilidad económica y social del proyecto, aunque también se debe analizar en otros aspectos, como se explicará más adelante (pág. 17).

Es por eso que es fundamental destacar que los estudios de factibilidad nos permiten realizar predicciones y estimaciones a nivel financiero, económico y social, además nos permite aplicar modelos de gestión adecuados en cada etapa del proyecto, lo que lo convierte en una herramienta importante para Considerar las inversiones necesarias y determinar los costos (García R. , 2021, pág. 2).

La argumentación de Guasco y Luna (2022) en su investigación, señala al estudio de factibilidad como un elemento imprescindible en una empresa o entidad beneficiándolos al proporcionar estrategias e ideas las cuales ayudan a alcanzar el éxito. Pinanjota y Yauli (2020), detallan que su elaboración es una herramienta fundamental en una empresa, ya que, advierten el posicionamiento de nuevas competencias en el mercado. Tal como García (2021) manifiesta que su elaboración es primordial en una investigación, ya que, con esto se puede definir si el estudio que uno emplea es idóneo y eficaz.

1.2.2. Proceso de comercialización

La función principal del proceso de comercialización es planificar y establecer las labores necesarias para que un producto o también un servicio se logre posicionar en el mercado y ser más reconocidos por sus consumidores. Quiñónez, et al. (2020) señala que “Los procesos de comercialización constituyen unos de los pilares fundamentales para las organizaciones, por su puesta en el mercado de los productos o servicios, mediante estos procesos las personas y sus dinámicas establecen relacionamientos.” (pág. 888).

En efecto el proceso de comercialización, abarca una serie de preguntas, que buscan dar respuestas oportunas y coherentes a las interrogantes, conocer su significado implica identificar las bases para ser ejecutado, conociendo los lineamientos adecuados, al referirse a ¿cuándo?, hace alusión al tiempo en el que se desarrollara, consecuentemente ¿dónde? Se refiere al área o lugar geográfico para desarrollarlo, ¿a quién?, es al público objetivo al que será dirigido y ¿cómo? hace referencia a las estrategias que serán desarrolladas en el proceso de comercialización (Madrid, 2022, pág. 22).

La gestión del proceso de comercialización permite proporcionar los recursos necesarios para tomar decisiones como comunicar a los consumidores la existencia de un nuevo producto, sus ventajas y beneficios, cambios o innovaciones en el producto, o simplemente cómo recordarles su existencia para atraer su intención de compra, para lo cual utilizan cuatro procesos o herramientas (Gutiérrez, 2018, pág. 48).

Desde el punto de vista de Quiñónez, et al. (2020) el cual enfatizan que este proceso es primordial en una empresa o entidad, ya que, se favorecen en la obtención de una buena reputación en el mercado global, ayudando a generar nuevas estrategias en su productividad. Tal como Madrid (2022) manifiesta, el proceso de comercialización esta englobado a una serie de interrogantes que juegan un papel fundamental en una

investigación llegando a una conclusión de manera fructuosa. Como señala Gutiérrez (2018) en su síntesis que el proceso de comercialización es de suma importancia, ya que, facilita la toma de decisiones utilizando planteamiento de las herramientas para trabajar de una manera adecuada atrayendo los beneficios e innovaciones de una empresa.

El proceso de comercialización es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para llevar a cabo un producto o servicio desde su creación hasta su venta y posterior distribución al consumidor final. El proceso de comercialización incluye varias etapas, que pueden variar dependiendo del tipo de producto o servicio que se esté comercializando y del mercado en el que se esté operando.

1.2.3. Gestión estratégica

La gestión estratégica es la capacidad de gestionar hábil y eficazmente los efectos y acciones que posee una empresa u organización.

La Gestión estratégica en el aspecto organizacional de las pymes, se configura en una dimensión sustancial en la perspectiva del trabajo de éxito de toda empresa, es por eso que se fundamenta esta investigación con aportes científicos de varios autores (Ayón, Zea, Zambrano, & Peñaherrera, 2020)

La gestión estratégica es una herramienta de gobernanza y cambio organizacional en la que se definen los objetivos de la organización y se formulan estrategias, de manera similar se reconoce la colaboración basada en el liderazgo y las elecciones basadas en los requisitos ambientales. (Cabezas, 2023, pág. 8).

La gestión estratégica requiere una reflexión sobre los procesos y procedimientos dentro de la entidad, así como los factores externos que pueden afectar el funcionamiento de la entidad en buena cuenta la gestión estratégica es la orientación de acciones y decisiones (Vega P. , 2020). En otras palabras, es un proceso que implica identificar las necesidades de la empresa y la progresión de oportunidades y amenazas en el entorno para desarrollar estrategias que permitan a la organización competir eficazmente en el mercado. (Ramírez, Vergara, Padrón, & Ramírez, 2023, pág. 220).

El modelo de gestión estratégico propuesto se encamina en la base de interacciones constantes y oportunas, que buscan satisfacer las expectativas y aprovechar las contribuciones de sus grupos de interés; se forja el camino para que los grupos de interés

obtengan una experiencia que supera las expectativas de dichos grupos de interés (Ramírez D. , 2019, pág. 36).

Las dos definiciones sobre la gestión estratégica realizadas por los dos autores detallan la importancia que tiene al momento de direccionar un negocio o empresa. Ayón, et al. (2020), hacen referencia a la gestión estratégica como un escalón para llegar a la obtención del éxito en una empresa, es por ello que su utilización es fundamental para la planificación organizacional de la empresa. Según Cabezas (2023), señala en su estudio que la gestión estratégica es un mecanismo esencial utilizado en las distintas organizaciones implementando técnicas para su fácil funcionamiento en una empresa. Tal como Ramírez, et al. (2023) en su investigación enfatiza, que esta gestión se refiere a un conjunto de procesos el cual involucra a la determinación de las necesidades que tienen o puede llegar a tener una empresa. Teniendo en cuenta la síntesis de Vega (2020), la cual revela que esta es una deliberación sobre los sucesos que se dan a conocer en una entidad tomando en cuenta los factores que esta abarca. Sin embargo, Ramírez (2019) define que la gestión estratégica es imprescindible en una empresa ya que busca satisfacer las expectativas que se podrían llegar a tener, beneficiándolo en gran manera para su crecimiento en el mercado.

Así, la dirección estratégica puede regularizar los atrevimientos de diferentes empleados en relación a un proyecto, siendo una de las principales acciones de la gestión estratégica, en el cual, implica la planificación y organización, la definición de contratos y políticas de retención del equipo, y el despliegue y seguimiento de los planes estratégicos.

1.2.4. Comercialización Internacional

Ceballos (2022) nos indica que “es un análisis global de las transacciones comerciales de productos y servicios en el mundo. Es un término económico, que puede aplicarse a países o industrias. Diferente al comercio exterior, que analiza los aspectos legales y comerciales de países específicos” (pág. 1). Este concepto global que va desde las exportaciones e importaciones tanto de los productos y servicios que brinda el comercio a las personas, países y clientes.

El comercio internacional se refiere a la actividad económica que implica la compra y venta de bienes y servicios entre diferentes países o regiones. Freire, et al. (2022) resaltan

que “A nivel internacional los estudios de comercio internacional tienden a centrarse su objeto de estudio en los acuerdos y tratados comerciales dada la importancia de estos para generar competitividad y evidenciar ventajas comparativas entre países” (Freire, Carrera, Hurtado, & Matute, 2022).

Sin embargo es una parte fundamental de la economía global, ya que, se basa en la idea de que los países puedan beneficiarse al especializarse en la producción de bienes y servicios en las que tienen ventajas comparativas en conjunto de otras naciones.

Así mismo, el comercio internacional es de gran importancia para que los países logren un mejor desarrollo, por ende, este permite el intercambio de productos, tecnología y capitales entre ellos, logrando formar relaciones bilaterales en la que los involucrados puedan fortalecer sus vínculos y economías (Correa, Zarango, & Aguilar, 2022, pág. 250).

Las indagaciones realizadas por estos autores son acertadas, puesto que señala la importancia que abarca el comercio internacional en la economía global. Tal como plantea Freire, et al. (2022), el cual hace referencia a su importancia de acuerdo a su aplicabilidad, ya que ayuda a la obtención de nuevos mercados competitivos beneficiando el comercio global. Sin embargo, Correa, et al. (2022), indica al comercio internacional de gran importancia puesto que su correcto manejo en el mercado global permitan establecer y estrechar relaciones bilaterales con los países involucrados con la finalidad de fortificar el vínculo que esta tiene con la economía. Ayudando a la facilitación del crecimiento económico al permitir que los países se centren en la producción de bienes y servicios en los que tienen ventajas comparativas, con la finalidad de incrementar la eficacia y productividad.

Según los dos primeros autores nos menciona que la comercialización internacional es el intercambio de bienes como de servicios hacia otros países, personas o empresas; implementación de productos que en otros lugares no hay, además de la apertura de nuevos trabajos, mediante el cual promueve el desarrollo del país abriendo nuevos mercados. Mientras que en el tercer autor nos indica la variación del comercio en los últimos 30 años obteniendo resultados positivos de nuestras exportaciones.

1.2.5. Exportación

Es la venta de productos y servicios hacia distintos países, con la finalidad de lograr obtener una competitividad mayor a nivel global en el mercado nacional e internacional indemnizando las necesidades de sus consumidores.

Las exportaciones contribuyen al desarrollo económico de un país y proporcionan ingresos que ayudan a pagar la deuda externa y a comprar bienes y servicios de otros países que no se producen en el país y que son necesarios para el consumo, la producción y la venta por parte de la población incrementando el desarrollo económico y social nacional (Águila & Díaz, 2020, pág. 294).

La exportación es el envío de bienes y servicios de un país a otro en el cual Aguilar, 2018 indica que “Se define como el transporte de productos, bienes o servicios desde el territorio aduanero interno (país) hacia países extranjeros (diferentes países del mundo) a través de la oferta o demanda entre empresas de diferentes países del mundo, etc. (pág. 3).

Las argumentaciones realizadas por los autores Águila y Díaz (2020), son acertadas, puesto que, las exportaciones en su totalidad son beneficiosas para el incremento económico de los países, evidenciando la capacidad que estas tienen al producir bienes y servicios de calidad. Aguilar (2018), señala a la exportación como favorable para el comercio, ya que, ayuda a la obtención de divisas y al mismo tiempo ayuda a generar empleos en el país y a nivel global.

1.3. Valoración de la situación actual de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia – París en el año 2022.

La comercialización camaronera es uno de los sectores que ha sido de gran importancia para el Ecuador, ya que se ha dado un realce en la economía del país debido a su enriquecedora producción y consumo. Según Zúñiga (2023) menciona que “El volumen que se ha exportado de camarón ha tenido un crecimiento de 32 % entre enero y octubre de 2022 frente al mismo lapso de 2021, ubicándose en 894.000 toneladas en 10 meses del 2022” (pág. 10).

La exportación camaronesa ecuatoriana ha experimentado un aumento constante desde el año 2022, gracias al fortalecimiento de la producción y comercialización de estos productos en la provincia de El Oro. En la opinión de Calvo (2017) expresa que “La comercialización del camarón es uno de los principales productos de la oferta exportable en el Ecuador, por lo tanto, es un sector productivo estratégico que permite obtener ingresos económicos dentro del país, generar empleo y mejorar el bienestar social (pág. 6). A lo largo del tiempo los esfuerzos y trabajos realizados por los productores y empresarios han resultado favorables para la situación actual.

Sin embargo, es necesario realizar una estimación de las circunstancias en las que se encuentran estas actividades, pues es vital conocer el impacto que ha tenido en el futuro cercano la exportación camaronesa ecuatoriana. Citando a Jiron & Solorzano (2022) considera que “La producción de camarón ha llegado a configurarse como un factor muy importante en la industria alimenticia, además de que también genera fuentes de ingreso y empleo para innumerables familias en los países en donde tienen este tipo de producción” (pág. 28)

El Oro, ubicada en la costa suroeste de Ecuador, se ha evidenciado que es uno de los principales exportadores de camarón del mundo. En el 2022, el camarón llegó a ser el tercer mayor productor de camarón de un solo país por volumen. Los mercados de exportación más importantes para este producto pesquero vital han sido América del Norte y Europa, donde es muy buscado por su delicioso sabor y textura única. En el año 2022, la provincia de El Oro continúa siendo uno de los importantes productores de camarones ecuatorianos para su exportación a nivel mundial.

La creciente demanda de camarones capturados en la naturaleza de El Oro los convierte en una importante fuerza impulsora en los mercados globales. Como tal, comprender el papel de la provincia en la exportación de camarón ha sido fundamental para evaluar las tendencias del mercado y tomar decisiones comerciales en el 2022.

En la actualidad el total de hectáreas en producción es de 220 000 ha, las principales provincias que se dedican a este recurso son: Guayas con un 60%, El Oro con un 15%, Esmeraldas con un 9%. Otro 9% está en Manabí y 7% en Santa Elena, estas provincias están a expensas de los bosques y manglares, el País tiene un clima y una posición geográfica favorable para el crecimiento del sector camaronesero. (Sánchez, 2022, pág. 19)

En el Oro, la exportación de camarón se demuestra por su tamaño y su compleja red de producción que incluye la diversificación de especies entre numerosas empresas exportadoras. Su importancia radica en que un porcentaje importante del ingreso de divisas en la provincia de El Oro proviene de las exportaciones de camarones silvestres. Además, El Oro fue responsable de más del 60% de las exportaciones totales de camarón de Ecuador durante 2021 y esta tendencia ha continuado en el año 2022.

El 2022 fue un año de muchos cambios para el sector de exportación camaronera ecuatoriano. Esto significa que el futuro del sector es prometedor, pero al mismo tiempo hay muchas incertidumbres sobre cómo se adaptarán las principales provincias de El Oro en relación con la cadena de suministro, la infraestructura para la comercialización del producto y los desafíos relacionados con los costos.

1.3.1. Descripción física

La empresa exportadora PACIFIC SEAFOOD S.A. se encuentra ubicada en el Guayaquil Km 1.5 Puntilla Samborondon 319, Edif. Centros de Negocios Xima, Piso 319 Samborondón; Guayas; teniendo una sucursal en el cantón de Santa Rosa, El Oro y sus oficinas están ubicadas en Km 0.5 Auxiliar Panamericana Norte.

Ilustración 3

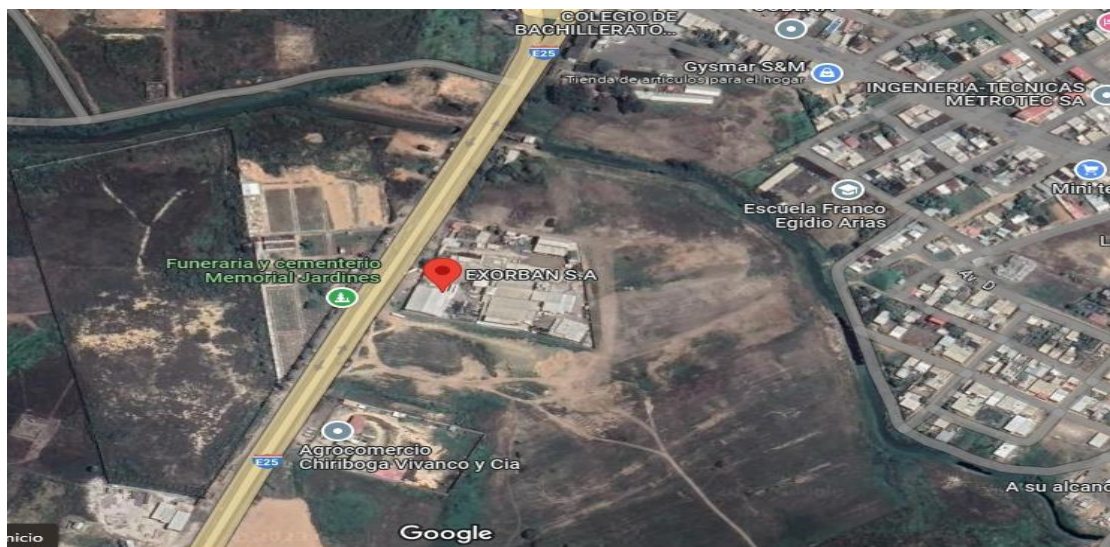
Ubicación de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A



Nota: El gráfico representa a la ubicación de la sucursal de la empresa Pacific Seafood S.A en la ciudad de Santa Rosa. Tomado de <https://goo.gl/maps/1x7saER6uamwhYUe7>

Ilustración 4

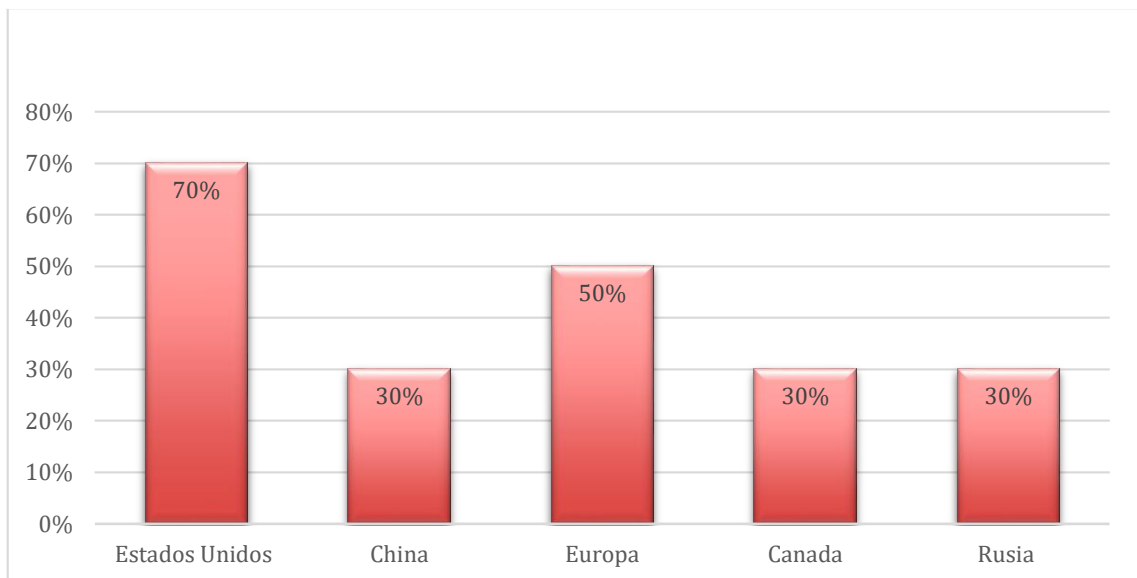
Ubicación satelital de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A



Nota: El gráfico representa a la ubicación satelital de la sucursal de la empresa Pacific Seafood S.A en la ciudad de Santa Rosa. Tomado de <https://www.google.com/maps/place/EXORBAN+S.A./@-3.4394371,-79.9723655,728m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x90337374a40e6fab:0xbeb5e97d7ec87264!8m2!3d-3.4396431!4d-79.9723343!16s%2Fg%2F11h3b31npd?entry=ttu>

Ilustración 5

Principales destinos de exportación de PACIFIC SEAFOOD



Nota: El gráfico representa los destinos de las exportaciones de la empresa PACIFIC SEAFOOD. Elaborado por: Las Autoras, 2023.

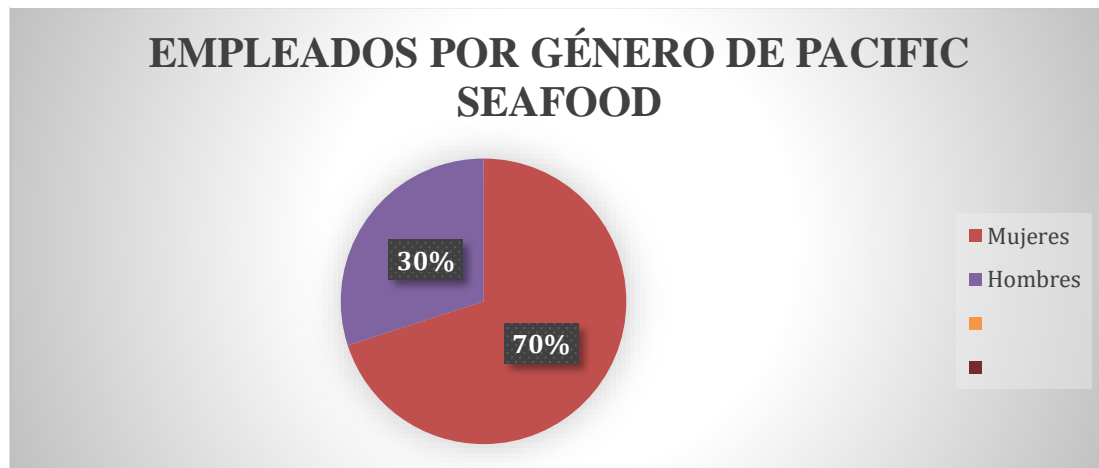
Con relación a los principales destinos de las exportaciones de la empresa, se obtiene que el 70% de sus exportaciones tienen destino a Estados Unidos, seguido por Europa en donde tiene un 50%, continuando con China, Canadá y Rusia que obtienen un 30% en sus exportaciones. Observando que su mayor destino de exportación se centra en estos dos países que es EE. UU y Europa. Con el estudio de factibilidad veremos si el nuevo destino que proponemos le es viable o no, ya que de esta manera se agregaría otro mercado más a sus destinos.

1.3.2. Descripción Demográfica

La empresa Pacific Seafood cuenta con 130 trabajadores ubicados en la sucursal de la ciudad de Santa Rosa, este personal se encuentra en distintas áreas dentro de la planta, en donde se distribuyen por género como se muestra en la Figura 5:

Ilustración 6

Empleados por Género de PACIFIC SEAFOOD



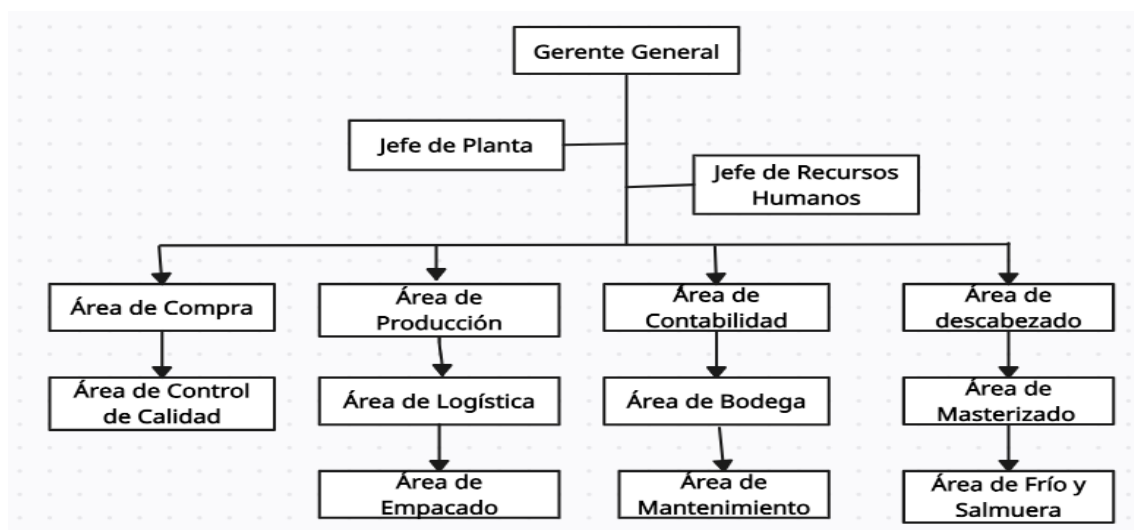
Nota: El gráfico representa el porcentaje de mujeres y hombres que trabajan en la empresa. Elaborado por: Las Autoras, 2023.

Respecto al gráfico se puede observar el porcentaje que respecta al género de trabajadores de la empresa, en el cual el 30% es de trabajadores hombres y la mayor parte que es el 70% son de mujeres.

1.3.3. Descripción Sociología

Ilustración 7

Organigrama de PACIFIC SEAFOOD



Nota: El gráfico representa al organigrama de la empresa. Elaborado por: Las Autoras, 2023

La empresa dota un organigrama especificado para los 130 colaboradores. Como se puede observar la repartición de la empresa en once áreas que son: Control y Calidad, Compra, Producción, Logística, Empacado, Contabilidad, Bodega, Mantenimiento, Descabezado,

Masterizado, Frio y Salmuera y las principales que son: Jefe de Planta y Jefe de Recursos Humanos.

Respecto al desarrollo de las exportaciones en la empresa ha aumentado en los últimos años, debido a la implementación de nuevas maquinarias que favorece tanto en tiempo como dólares. Además, la empresa cuenta con planificaciones de capacitación para sus empleados mejorando la organización y bienestar ambiental.

CAPITULO II

2.1. Tipo de investigación

De acuerdo con Aguilera (2013) nos señala que el método de investigación “Pueden valorarse como un conjunto de procedimientos ordenados que permiten orientar la agudeza de la mente para descubrir y explicar una verdad. Su utilidad consiste en que tienden al orden para convertir un tema en un problema de investigación” (pág. 22). Esta aplicación de metodología implementa conocimiento nuevo al transcurrir su proceso, dando valor al contenido mediante métodos.

El tipo de investigación relacionada con la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia - París en el año 2022 según su finalidad es aplicada, ya que, se resuelve el problema de forma práctica y específica, según su objetivo gnoseológico es explicativa, ya que, mediante esta investigación daremos solución a hechos de la realidad, según su contexto es de campo, según su orientación temporal es longitudinal, y según su nivel de generalidad estudia una situación específica.

2.2. Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa es una metodología científica en cual, se utiliza datos numéricos y estadísticos para analizar y entender un fenómeno o problema. Se caracteriza por el uso de instrumentos de recolección de datos estructurados, como cuestionarios, encuestas y pruebas estandarizadas. “La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados” (Alan & Cortez, 2018, pág. 69).

El proceso de investigación cuantitativa incluye los siguientes pasos: formular una pregunta de investigación específica y definida; revisar la literatura investigada y construir un marco teórico "una teoría para guiar su investigación"; de esta teoría, deriva hipótesis y las desarrolla mediante el uso del diseño de investigación apropiado lo prueba; para obtener dichos resultados, el investigador recopila datos numéricos de objetos,

fenómenos o participantes y realiza análisis de investigación utilizando procedimientos estadísticos (métodos estadísticos) (Polonia, y otros, 2020, pág. 33).

Es importante señalar que este tipo de investigación es de suma importancia, ya que, es identificada por su objetividad y razonabilidad puesto que autoriza efectuar deducciones estadísticas dentro o entre poblaciones a través de métodos estadísticos para llegar a una conclusión de una manera más fácil y factible. Alan y Cortez (2018), hacen referencia a la investigación cuantitativa como un método estructurado para la obtención de datos de un estudio de una manera viable. De acuerdo con Polonia et al. (2020), ratifica sobre los pasos a seguir de acuerdo a la investigación científica que se realiza en un estudio o proyecto, lo cual nos ayuda guiarnos para un buen estudio y realización de un marco teórico confiable y apropiado.

2.3. Variables

Las variables se deben conocer mediante dos formas: La definición conceptual y la definición operacional; con respecto a la primera, se debe definir las variables como si fuese una palabra o frase dentro de un glosario; con respecto a la segunda, se precisa la forma en cómo se va a medir la variable, a esto se le llama: Operacionalización de variables (Arias, 2021, pág. 46).

Las variables son constructos, conceptos abstractos, construcciones hipotéticas que elabora el investigador, en los más altos niveles de abstracción, para referirse con ellos a determinados fenómenos o eventos de la realidad; son denominaciones muy genéricas que tratan de abarcar una amplia gama conceptual que permita al investigador disponer de un referente teórico para aludir a determinados aspectos de los fenómenos que estudia (Espinoza, 2018).

Las dos definiciones realizadas por estos autores sobre las variables en una investigación son acertadas, ya que juega un papel fundamental al momento de realizar un estudio o hacer una observación sobre algún tema que nos interese. De acuerdo con Arias (2021), hace referencia a cuáles y como son las formas a las que se conoce a las variables y como es su método de medición para una mejor utilización en un trabajo de investigación. En cambio, Espinoza (2018), deduce que las variables son conceptos indeterminados la cuales son formuladas por el investigador al más alto nivel de la abstracción, la cual es utilizado para referirse a diversos fenómenos o eventos de la realidad.

Los autores hacen referencia de que las variables son todo aquello que posee cualidades adecuadas que la diferencian de las demás, las cuales están sujetas a un sin número de modificaciones, además de que se la puede medir y estudiar en una investigación.

2.4.Hipótesis científica

Formular la hipótesis de investigación es una primera respuesta tentativa a la formulación a una pregunta de investigación, el cual, se somete a una contrastación la relación entre dos o más variables, las cuales, a su vez, fundamentarán los aportes de la investigación (Rodríguez, Breña, & Esenarro, 2021, pág. 61).

Cualquiera que sea el tipo de investigación, el uso de hipótesis está determinado por la formulación del problema o pregunta de investigación, el marco teórico presentado y el alcance de la investigación donde los enfoques cuantitativos y cualitativos ofrecen elementos importantes y no son mutuamente excluyentes (Amaiquema, Vera, & Ingrid, 2019).

Respecto a este elemento del diseño teórico, muchos autores generalmente coinciden en que una hipótesis puede entenderse como una expresión de conjetura comprobada por la existencia de una relación entre dos o más variables, en el cual, deben ser verificables mediante la experiencia. Es necesario determinar varios aspectos que pueden ser relevantes a la hora de definir la inclusión o no en un proyecto de investigación (García & Sánchez, 2020, pág. 164).

Las investigaciones de estos autores sobre las hipótesis son acertadas, ya que, está catalogada como una predicción basada en una información previamente revisada. De acuerdo a lo que Rodríguez et al. (2021) señala, que al expresar una hipótesis científica dan un rumbo significativo e importante en una investigación, puesto que, al formularlo se puede llegar a la respuesta de distintos problemas en su estudio. De tal manera Amaiquema, et al. (2019), define que de acuerdo al correcto uso de la hipótesis científica se puede llegar a la resolución del marco teórico de una investigación verificando su enfoque tanto cuantitativo como cualitativo. Sin embargo, García y Sánchez (2020), destacan que la hipótesis es comprendida en relación a las variables que existen en una investigación, esto ayuda a que su estudio sea más eficaz y confiable.

2.5.Perspectiva general

Según García & Sánchez (2020) nos menciona que:

Se consideran un elemento clave de diseño desde una perspectiva teórica y de la dinámica del proceso en sí. Responden a la necesidad de definir un conjunto de elementos conceptuales, que son palabras clave o estructuras teóricas que permiten estructurar articuladamente diversos referentes, de modo que se pueda organizar eficazmente la información necesaria. (pág. 7).

De acuerdo con la perspectiva de la investigación, se desarrolla desde una aspecto cuantitativo, ya que, intenta explicar una realidad social como es el tema que abarca la empresa Pacific Seafood S.A, en la cual, se recolectará datos mediante los métodos empíricos utilizados las cuales permitirá responder preguntas de la investigación y experimentar la hipótesis mediante el uso de estadísticas y a la vez realizar el marco teórico, para así determinar si su estudio es factible o no para su exportación camaronera hacia el mercado francés.

En este caso de acuerdo algunas características del diseño metodológico, la replicabilidad de la investigación es limitada, porque, la muestra obtenida no es representativa (no puede serlo) y la elegiremos según los criterios, es decir, en función de los conocimientos del investigador y del objetivo de la investigación. Como resultado, la muestra puede no ser típica de la población general, lo que hace imposible generalizar los resultados a otras circunstancias o contextos.

2.6.Población

Según Ortega, y otros (2020) nos menciona que el método de población “se intenta cuantificar el número de sujetos conocidos por las personas entrevistadas de entre varios grupos de población cuyo tamaño se conoce a priori, incluyendo poblaciones diferentes a la población oculta de interés” (pág. 24).

La población es 1 empresa

2.7.Muestra

Según Vega, Maguiña, Soto, Lama, & Correa (2021) menciona que:

La fórmula del tamaño de la muestra se utiliza para una única proporción con un cierto nivel de confianza y margen de error. Esta fórmula se puede resolver y utilizar en dos contextos: para una población de tamaño conocido y para una población de tamaño desconocido. (pág. 4).

La síntesis realizada por Vega, et al. (2021) revela que para la implementación de la muestra en un estudio se debe disponer de fórmulas que represente posibles desaciertos determinados para decretar el tamaño de una población.

2.8.Métodos teóricos.

Según Ortiz (2012) nos menciona que los métodos teóricos “se utilizan de manera reiterada desde la elaboración del diseño investigativo, a partir del estudio del estado del arte sobre el problema científico, hasta la interpretación de los datos y hechos constatados y las correspondientes conclusiones y recomendaciones” (págs. 14-23).

En esta investigación se implementó el método:

- **Método histórico-lógico:** Sirve para la Evolución de la gestión estratégica en el proceso de comercialización de camarón en relación con las ventas en la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. de la ciudad de Santa Rosa en el año 2022.
- **Método analítico-sintético:** Para analizar determinadas cuestiones como las variables dependientes y también las variables independientes de la investigación a través de un análisis detallado y específico en los costos de producción y exportación, para determinar si existe oportunidad de comercializar camarón en el mercado francés, esto proporcionará información objetiva y específica para actuar consecuentemente.
- **Método inductivo-deductivo:** Implementado para la realización de la caracterización del proceso de comercialización internacional de camarón y del estudio de factibilidad y para la Valoración de la situación actual de la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia - París en el año 2022.

- **Método hipotético-deductivo:** Incorporando información obtenida mediante entrevistas y también encuestas que se han realizado al personal administrativo especializados en la exportación de camarón y poder llegar a una conclusión y determinar si la exportación de camarón de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A tiene gran acogida en los mercados internacionales, especialmente en el mercado francés, Paris y establecer su posible factibilidad mediante un análisis.
- **Método sistémico:** Para fundamentar y elaborar el estudio de factibilidad para la exportación de camarón de la empresa Pacific Seaafod S.A

2.9.Métodos empíricos.

Según Rodríguez & Pérez (2017) nos menciona que en los métodos empíricos “se evidencia principalmente porque pone en contacto con los objetos y fenómenos reales, proporciona pistas para formular hipótesis y datos para la construcción de conocimientos y conduce a la verificación de las hipótesis previamente formuladas” (pág. 7).

Según Rodríguez & Pérez (2017) hace referencia a que los métodos empíricos

Se utilizan para descubrir y acumular un conjunto de hechos y datos como base para verificar la hipótesis, dar respuesta a las preguntas científicas de la investigación, obtener argumentos para defender una idea o seguir una guía temática, pero que no son suficientes para profundizar en las relaciones esenciales que se dan en los procesos pedagógicos (pág. 6).

En el presente diseño de investigación vamos a utilizar los siguientes métodos:

- **Estudio de Documentos:**
Con esta técnica se determinan los requisitos a partir del análisis sintáctico y semántico de los documentos organizacionales, a partir de la observación directa o a través de la aplicación de software especializado que facilita la construcción de frases, en donde dos conceptos se relacionan mediante una acción (Medina, Pineda, & Téllez, 2019).
Este método se efectuó para alcanzar a obtener de información fundamental sobre los procedimientos que se utilizan en un estudio de factibilidad, esto nos servirá para valorar la situación actual del nuevo mercado hacia dónde queremos exportar camarón de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A del cantón Santa Rosa en el año 2022.

- **Entrevista:**

Así, el método de entrevista se define como: un camino de investigación de nivel empírico que se inserta en la naturaleza, utilizando la comunicación interpersonal con una persona o un grupo para averiguar objetivamente a través de un cuestionario. o una guía de perspectivas, sus opiniones o criterios, causas, consecuencias, posibles soluciones y responsables directos e indirectos del problema en estudio (Feria, Matilla, & Mantecón, 2020, pág. 72).

Metodología la cual se implementó para la recopilación de información directamente de las fuentes y poder conocer los distintos aspectos fundamentales de la empresa para recolectar datos e implementar en la investigación.

- **Encuesta:**

La encuesta, además de ser una técnica de recogida de datos, se ha convertido en un método muy usual de investigación social, dada su gran versatilidad, la variedad de campos de aplicación, así como su capacidad de describir las características sociales de los colectivos estudiados e inferir conclusiones extensivas a la totalidad de dichos colectivos (Kuznik, Hurtado, & Espinal, 2010, pág. 318).

Herramienta que se puso en funcionamiento en el momento de realizar el método del criterio de expertos o especialistas, la cual, sirvió de mucha ayuda para obtener información valiosa y acertada para la toma de decisiones estratégicas, el cual evaluarán la fundamentación y elaboración del estudio de factibilidad.

CAPITULO III

3.1. Fundamentación teórica del estudio de factibilidad

En el presente capítulo se mostrará algunos aspectos teóricos del aporte práctico siendo así de esta manera poder verificar el análisis de resultados a base del criterio de expertos, buscando de esta manera implementar el aporte práctico que necesita la empresa.

Mediante la investigación explicativa transformadora se ha definido la problemática la por la cual se ha buscado una solución para la empresa PACIFIC SEAFOOD en el año 2022; la implementación del aporte práctico que es un estudio de factibilidad para saber si es viable o no la exportación de camarón hacia otro mercado permitiendo logrando expandirse más.

El estudio de factibilidad es una apreciación bastante minuciosa y metodología que se lleva a cabo antes de empezar un proyecto o una transformación de forma elocuente para determinar si es viable y confiable desde una perspectiva económica, operativa, técnica y social. Además, este estudio es bastante crítico para la elaboración de resolución de problemas en una empresa ayudándolo de tal manera al posicionamiento de nuevas ideas estratégicas generando ventajas competitivas en el mercado global minimizando los riesgos que están relacionados a la inversión de recursos en un proyecto la cual no resultaría de manera rentable o factible a largo plazo.

Este estudio forma parte fundamental en la planificación y desarrollo de proyectos, puesto que ayuda a comprobar si un proyecto es viable desde diferentes perspectivas antes de invertir recursos significativos en su ejecución.

Los principios clave que guían el estudio de factibilidad son:

- **Factibilidad económica:** Se centra evaluar si un proyecto es financieramente viable, con la finalidad de determinar si el proyecto generará suficientes beneficios económicos para justificar la inversión financiera.

- **Factibilidad comercial:** Un estudio que examina la viabilidad de un proyecto o negocio desde una perspectiva comercial, que analiza la demanda y la competencia del mercado, identifica oportunidades y amenazas en el mercado.
 - **Factibilidad operativa:** Capacidad de un proyecto en la cual se centra en evaluar si un proyecto es viable para operar de manera efectiva después de su implementación desde un punto de vista de su operación y ejecución práctica.
 - **Factibilidad técnica:** Se centra en valorar si un proyecto es viable desde una perspectiva técnica determinando si la tecnología necesaria y recursos tecnológicos están disponible y si los desafíos tecnológicos identificados pueden superarse.
 - **Factibilidad legal:** Análisis en el cual Implica evaluar si el proyecto cumple con todas las leyes, regulaciones y estándares aplicables para prevención de consecuencias graves a futuro.
 - **Factibilidad de tiempo:** Evaluación que se ejecuta para comprobar si un estudio o proyecto se puede llevar a cabo dentro de un tiempo razonable y realista determinando la posibilidad de completar las actividades necesarias dentro de los plazos establecidos.

Un estudio de factibilidad forma parte de un proceso integral y riguroso que conlleva la evaluación objetiva de la viabilidad de un proyecto antes de su ejecución. Esta herramienta está diseñada para facilitar información sólida el cual permita a las partes interesadas tomar decisiones informadas y disminuir los riesgos asociados con el proyecto.

El estudio de factibilidad incluye múltiples características que son esenciales, las cuales son:

- Debe ser imparcial y basarse en datos y análisis objetivos en lugar de opiniones personales con la finalidad de tomar decisiones informadas sobre la viabilidad de un proyecto.
- El estudio de factibilidad se desarrolla antes de la ejecución de un proyecto, lo que permite anticipar problemas eventuales y tomar medidas preventivas.
- Debe precisar y valorar los conflictos que estén asociados con el proyecto y proponer estrategias para mitigarlos o tramitar.

- Los resultados del estudio deben comunicarse de forma clara y efectiva a todas las partes interesadas, incluyendo inversionistas, socios y equipos de gestión.
- Debe ser lo suficientemente flexible para la adaptación a cambios en el entorno empresarial.

3.2. Elaboración del estudio de factibilidad

La empresa PACIFIC SEAFOOD es una industria que se dedica al procesamiento y a la comercialización de productos procedentes del mar que cumplen con los más altos que reflejan a su vez estándares de calidad e inocuidad, desempeñando requisitos que tiene la normativa nacional e internacional vigente, la cual, están asociados con la satisfacción de los consumidores y el un mejor desarrollo del país; agregando que la empresa labora desde seis años.

Por tanto, la empresa exportadora PACIFIC SEAFOOD S.A. se encuentra ubicada en el Guayaquil Km 1.5 Puntilla Samborondon 319, Edif. Centros de Negocios Xima, Piso 319 Samborondón; Guayas; teniendo una sucursal en el cantón de Santa Rosa, El Oro y sus oficinas están ubicadas en Km 0.5 Auxiliar Panamericana Norte.

La evaluación económica que posee la empresa como objeto de investigación tiene como finalidad analizar la viabilidad y rentabilidad de las exportaciones en sus mercados objetivos, centrada en las exportaciones de camarón con el propósito de brindar un estudio económico completo proporcionando oportunidades, estrategias para una mejor internacionalización. PACIFIC SEAFOOD es una empresa internacional que exporta a Rusia, Canadá, China, Estados Unidos, España y otros mercados de Europa; dicha empresa es reconocida por el procesamiento de su producto en cuanto a su sabor, textura y calidad. Además, cuenta con capital propio para poner en marchas proyectos de exportación hacia nuevos mercados generando ganancias a corto y largo plazo tanto para la empresa como para el país.

Con relación a la parte comercial de la empresa sirve para la aceptación de las exportaciones de camarón proporcionando información detallada y estratégica guiando a la toma de decisiones para implementar una evaluación completa del estudio de la empresa minimizando los riesgos y optimizando recursos para los mercados internacionales. El camarón forma parte de los principales productos de exportación que

ocasiona rentabilidad económica al país. La empresa exporta camarón ya sea, cocido, congelado, descabezado y dependiendo la preferencia del consumidos y del país al que se vaya a exportar. Además, este crustáceo es reconocido por su sabor, su marca y sus estándares de calidad haciendo de este un producto único para su comercialización.

De acuerdo al estudio operativo de dicha empresa exportadora de camarón tiene un aspecto importante para la capacitación de los empleados obteniendo un impacto positivo en conocimiento para lograr de este modo atestiguar la calidad que tiene un producto, la adecuación de normativas y leyes, competitividad de los mercados siendo una empresa eficiente tanto para su personal y sus clientes.

La empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. realiza capacitaciones 4 veces por año con la finalidad de mantener actualizado al personal sobre las últimas tendencias y procedimientos existentes en la industria de exportación camaronera, ya que, es una herramienta fundamental para garantizar la validez y la calidad que posee en todas las etapas de producción y comercialización ayudando a comprender y aplicar las mejores prácticas en cuanto al procesamiento, manejo y empaque de camarón, teniendo como resultado un producto final de buena calidad con requisitos adecuados para los consumidores.

Conforme al aspecto técnico de la empresa exportadora ayuda a asegurar la eficacia y la calidad de producción y exportación de este crustáceo más estandarizada. La empresa cuenta con un control de calidad de agua como temperatura, salinidad y pureza garantizando que cumpla los estándares adecuados para el camarón. También, cuenta con instalaciones y equipos para el proceso de camarón, es decir, normas de higiene y seguridad para mejorar la calidad del producto final. Por otra parte, cuenta con tecnología para la producción y procesamiento de camarón que ayuda a identificar oportunidades en la eficiencia y a su vez a reducir costos garantizando una entrega efectiva en cuanto a su embarque

La legalidad de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. es esencial para su éxito a largo plazo y para el acceso a mercados internacionales, a su vez, cumple con obligaciones legales y éticas, regulaciones tanto en el país de origen como en sus mercados objetivos obteniendo de esta manera una buena gestión empresarial, responsable y sostenible. Es decir, la parte legal de dicha empresa engloba las normativas relacionadas con aduanas,

impuestos, aranceles, licencias de exportación e importación, restricciones comerciales, entre otras. Además, operar de manera legal asegura que la empresa evite sanciones, multas y problemas legales en el extranjero, generando confianza a sus clientes internacionales, socios y demás entidades que intervengan; demostrando ética en todas sus operaciones, al mismo tiempo garantiza las oportunidades de exportación.

- Cuenta con RUC de exportador.
- Cuenta con certificación HACCP.
- Cuenta con certificado de buenas prácticas de manufactura.
- Cuenta con responsabilidad social y ambiental.
- Cuenta con certificado sanitario.
- Cuenta con certificado de calidad Premium.

3.3. Plan de negocios

3.3.1. Resumen Ejecutivo

El plan de negocios se basa en el proceso de comercialización de camarón internacional de la empresa PACIFIC SEAFOOD mediante un plan de negocios para determinar la viabilidad de misma. Por consiguiente, es fundamental debido a que hoy en día las exportaciones de camarón están posicionadas con un mayor ranking siendo este una de las principales fuentes económicas de nuestro país. Por ello, la demanda de este producto del mar fresco y saludable está en constante aumento. Así que, nuestra visión es que la empresa se convierta en un líder en exportación de camarón brindando a los mercados internacionales acceso al sabor y calidad que este crustáceo puede ofrecer.

El camarón es un producto de alto valor gastronómico como ya se lo ha mencionado y PACIFIC SEAFOOD S.A. es una empresa comprometida al procesamiento y a la comercialización de camarón, en el cual, la misión es proporcionar a los consumidores de nivel internacional una experiencia culinaria excepcional promoviendo prácticas de desarrollo sostenible. Además, esto nos ayuda a identificar los riesgos relacionados con la oferta del camarón, precios y desafíos logísticos. Así mismo, favorece a la implementación de una planificación estratégica a largo plazo para su crecimiento y expansión de comercialización internacional del camarón.

Finalmente, el objetivo que tiene un plan de negocio basado en la exportación de camarón para la empresa ya mencionada es facilitar una guía clara y a su vez una estructura para el desarrollo del negocio con la finalidad de obtener la viabilidad de la exportación de camarón hacia el mercado objetivo.

3.3.2. Descripción del producto o servicio

Este estudio se enfoca en la evaluación y comprensión de las necesidades de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. una entidad empresarial dedicada al procesamiento y a la comercialización de productos procedentes del mar. El propósito fundamental de este análisis es proporcionar una visión clara de las demandas, oportunidades y desafíos que enfrenta la empresa en su entorno operativo y competitivo.

El camarón procedente de Ecuador es conocido por su delicado sabor y calidad excepcional. El trayecto de estos crustáceos desde las aguas ecuatorianas hasta las mesas francesas es un proceso complejo que implica a productores, exportadores, importadores y consumidores, y cambia constantemente debido a una variedad de factores económicos y sociales. Ecuador siendo el principal productor de camarón a nivel mundial es conocida por su buena calidad de sus productos y su buena reputación.

Por consiguiente, a causa del virus Covid-19 la empresa se vio obligada a buscar otros nichos de mercado, debido a que la empresa exportaba en su totalidad el 80% al mercado de china, por ende, la empresa tuvo un declive en sus exportaciones a consecuencia de este dicho virus.

Por otra parte, la empresa debe ejecutar una extensa exploración de mercado en nuevos destinos para la comprensión de su demanda local, la conducta que posee el consumidor y las competencias del mercado como es el país de Francia. Esto favorecerá a la toma decisiones informadas sobre cómo ingresar a dicho mercado.

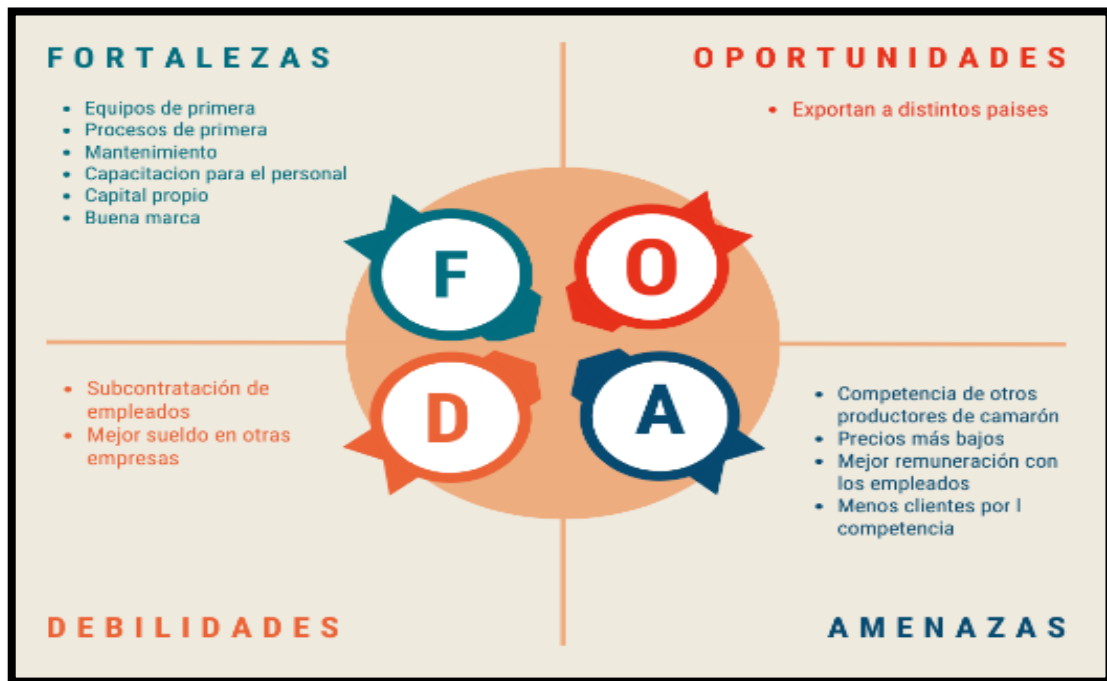
3.3.3. Análisis competitivo

La industria del camarón es uno de los sectores más importantes y desafiantes de la industria alimentaria, con una creciente demanda global debido a su alta demanda en restaurantes y mercados minoristas. Por lo tanto, las empresas que operan en este sector desafían a una dura competencia en términos de calidad, precio, sostenibilidad y cumplimiento de las normas internacionales.

La intención de este análisis es obtener una comprensión clara de la posición actual de empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. en el mercado global de exportación de camarones, identificando sus fortalezas y áreas de oportunidad. Se considerarán factores clave como la calidad del producto, la eficiencia operativa, la capacidad de cumplir con los estándares internacionales, las tácticas de marketing y la capacidad de las preferencias de los clientes y las normativas comerciales.

Ilustración 8

Análisis FODA de la empresa PACIFIC SEAFOOD



Nota: En gráfico representa el Foda de la empresa. Elaborado por: Las autoras, 2023.

En el gráfico está la representación del análisis Foda, la cual se puede encontrar las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que contiene la empresa Pacific Seafood, obteniendo de esta manera información relevante para determinar si la empresa es apta para exportar.

3.3.4. Análisis de mercado

Francia, conocida por su historia, cultura, economía y gastronomía, se encuentra entre los destinos más atractivos para las empresas que buscan expandirse en el mercado europeo. Además, su posición geográfica, su mano de obra altamente calificada y su capacidad para adoptar nuevas tendencias y tecnologías hacen que Francia sea un lugar de interés para inversores y emprendedores de todo el mundo. Teniendo una población de

68.070.697 de habitantes considerando que su moneda es en euros, la cual, favorece al cambio de divisas al Ecuador.

Ilustración 9

Balanza comercial de Francia

Francia - Balanza comercial			
Fecha	Balanza comercial	Tasa de cobertura	Balanza comercial % PIB
2022	-190.908,0 M€	75,46%	-7,23%
2021	-110.305,7 M€	81,90%	-4,41%
2020	-81.263,2 M€	84,06%	-3,51%
2019	-74.734,3 M€	87,21%	-3,07%
2018	-79.611,9 M€	86,07%	-3,37%

Nota: El gráfico representa la balanza comercial de los últimos cinco años de Francia. Tomado de Datos macro, 2022: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/francia>

En 2022 Francia registró un déficit en su Balanza comercial de 190.908 millones de euros, un 7,23% de su PIB, superior al registrado en 2021, que fue de 110.305,7 millones de euros, el 4,41% del PIB.

La variación de la Balanza comercial se ha debido a un incremento de las importaciones superior al de las exportaciones de Francia.

3.3.4.1. Análisis Foda de Francia

Tabla 1

Análisis FODA del mercado objetivo

ANÁLISIS FODA DE FRANCIA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Tiene un promedio superior de acuerdo al balance seguridad y vida-trabajo. Forma parte de una de las principales economías a nivel mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> Francia tiene un fuerte departamento de investigación y desarrollo. Como miembro de la UE, Francia tiene acceso al enorme mercado único. La progresiva percepción sobre el cambio climático crea

<ul style="list-style-type: none"> • Constituye en el ranking de los países que son más visitados en el mundo. 	<p>oportunidades para la expansión de las energías renovables.</p>
DEBILIDADES	AMANAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Francia enfrenta desafíos continuos con el desempleo, especialmente entre los jóvenes. • La deuda pública del país es considerable en relación con su producto interno bruto. • En Francia se han producido protestas y movilización social en los últimos años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las tensiones políticas internas y las relaciones diplomáticas pueden crear incertidumbre y afectar la estabilidad nacional. • Francia compite con otras economías desarrolladas y emergentes en los mercados globales.

Nota: El gráfico representa el análisis Foda del país de Francia. Elaborado por: Las autoras, 2023.

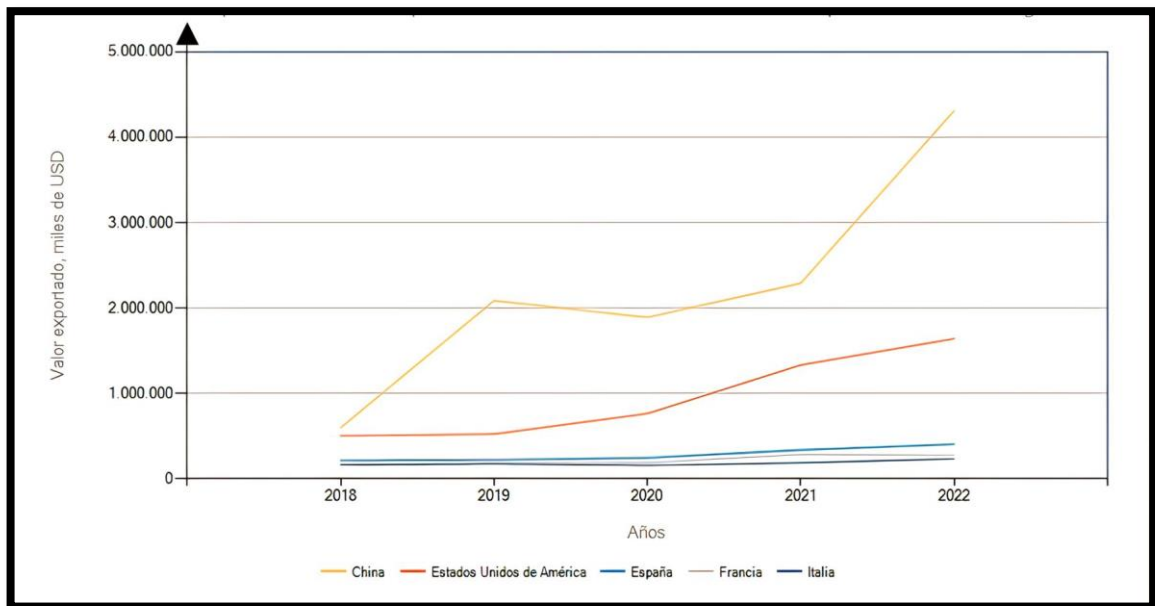
El análisis Foda de Francia el cual es nuestro mercado objetivo nos ayuda a evaluar tanto los aspectos internos como los aspectos externos ayudándonos a diseñar mejores estrategias para el funcionamiento de nuestro estudio de factibilidad indicando las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de nuestro mercado objetivo de esta manera podemos observar la situación actual de nuestro país.

3.3.4.2. Oferta

La oferta de camarón ecuatoriano ubica a Francia como el principal proveedor debido a su calidad y sabor, siendo Ecuador uno de los principales productores de camarón en todo el mundo y por el buen prestigio que tienen sus productos en el mercado francés. Además, Los compradores en Francia valoran altamente las certificaciones de calidad y sostenibilidad. La oferta de camarón ecuatoriano está dada por los distintos países exportadores de camarón.

Ilustración 10

Mercados que importan camarón en miles de dólares



Nota: El gráfico representa los importadores de camarón de Ecuador en miles de dólares. Tomado de Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador, (Centro de Comercio Internacional TRADE MAP, 2022),

En el gráfico se puede detallar los principales importadores de camarón de Ecuador y el valor que se ha exportado durante esos últimos años delimitando que Francia en el año 2022 ha llegado a obtener un valor exportable de 274515 miles de USD.

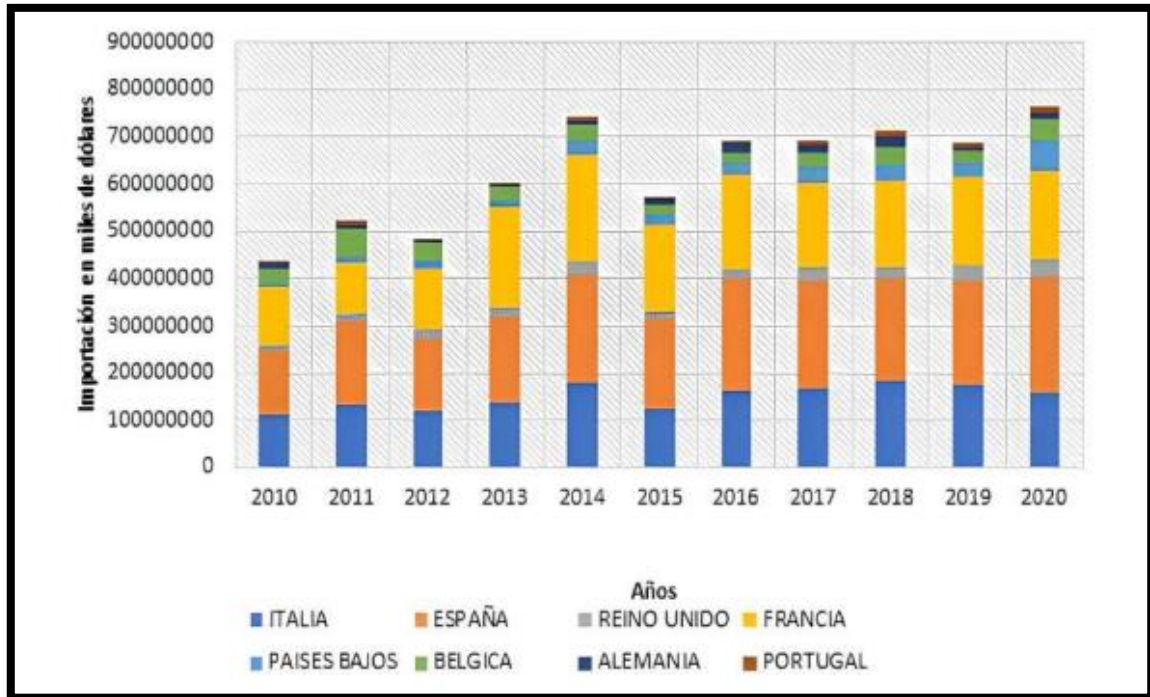
3.3.4.3. Demanda

El mercado francés se ha considerado como uno de los destinos más interesantes para la exportación del camarón ecuatoriano. Con su reconocimiento a nivel mundial por su exquisitez culinaria y demanda creciente de productos marinos, Francia ofrece una gran oportunidad para que los productores ecuatorianos expandan sus operaciones y aumenten sus ganancias.

El camarón en Francia es cada vez uno de los alimentos más apreciados y consumibles por sus habitantes. En efecto, el mercado francés ha tenido un ascenso de 21% las cuales se han destacado entre el 2015 y 2020.

Ilustración 11

Importación de camarón procedente de Ecuador



Nota: El gráfico representa las importaciones procedentes de Ecuador. Tomado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8791903>

En el gráfico se relata cómo ha ido evolucionando las importaciones de camarón procedentes de Ecuador donde se detalla los siguientes países como, Portugal, España, Italia, Francia, Bélgica, Países Bajos, Alemania y Reino Unido.

3.3.4.4. Reglamento general para el país de destino de exportación

3.3.4.4.1. Requisitos para exportar desde Ecuador

Según PRECUADOR (2020) menciona que los requisitos para exportar productos de Acuicultura y Pesca son los siguientes:

Paso 1

Registro e inscripción del establecimiento dentro del Plan Nacional de Control Sanitario (PNCS).

Llenar y entregar en la Subsecretaría de Calidad e Inocuidad del Viceministerio de Acuicultura y Pesca.

- a) Formulario de inscripción F 11.1
- b) Acuerdo ministerial otorgado por la Subsecretaria de Recursos Pesqueros o de Acuicultura.
- c) Acta de Producción efectiva
- d) Cédula de Identidad, certificado de votación, registro único de contribuyente (RUC)
- e) Nombramiento de Representante legal (persona jurídica)
- f) Plano de Establecimiento
- g) Pago de inscripción

Paso 2

- h) **Habilitación para exportar** Solicitar la habilitación sanitaria para exportar en la Dirección de Habilitación y Certificación Sanitaria de la Subsecretaría de Calidad e Inocuidad
- i) Presentar solicitud formal (hoja membretada de la empresa firmada por el representante legal)
- j) Registro Único de Contribuyente (RUC)
- k) Código de establecimiento PNCS

Paso 3

- l) **Certificado Sanitario de Exportación** Solicitar el certificado sanitario de exportación a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana VUE o Sistema TRACES
- m) Debe encontrarse registrado en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (ECUAPASS)
- n) Ingresar a la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE)
- o) Registrar información solicitada en formato pre establecido
- p) Pago de tasa de emisión de certificado sanitario
- q) Solicitar la emisión del certificado 48 horas antes de la exportación (pág. 1).

3.3.4.4.2. Requisitos para exportar a la Unión Europea

Como muchos países europeos, Francia se caracteriza por una amplia apertura a los negocios. Sin embargo, sí requiere una lista general de requisitos y precauciones que generalmente se aplican al exportar camarones a Francia bajo la partida arancelaria 0361:

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos
- Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal (Sólo aplicable a la acuicultura)
- Control de la pesca ilegal (Excluidos los productos de la acuicultura obtenidos a partir de crías o larvas)
- Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano
- Control sanitario de productos pesqueros no destinados al consumo humano
- Etiquetado del pescado
- Normas de comercialización de los productos de la pesca
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos
- Voluntario - Productos de producción ecológica Export Helpdesk, 2013 citado en (Amaya, 2013, pág. 58)

3.3.5. Plan de marketing

La empresa PACIFIC SEAFOOD S.A ha estado a la vanguardia de esta eficiente industria, suministrando camarones de alta calidad al mercado internacional. En un mercado con una demanda creciente y una competencia feroz, un plan estratégico de marketing sólido es fundamental para promover el crecimiento y la influencia de nuestra empresa en el mercado global.

El marketing mix es el conjunto de acciones para resaltar el éxito del producto o servicio que se vaya a ofertar, teniendo como finalidad incrementar el nivel de ventas y por lo consiguiente el crecimiento de las utilidades de la empresa (Yépez, Quimis, & Sumba, 2021).

3.3.5.1. Precio

Se refiere a la estrategia de inserción de precios que contiene la empresa. Esto implica decidir el precio al que se venderá el producto o servicio en el mercado. Las decisiones de precios pueden influir en la percepción del valor del producto por parte de los clientes y en la rentabilidad de la empresa.

Por lo tanto, el precio respecto a este crustáceo puede variar conforme al mercado objetivo que desea enfocarse la empresa, por ejemplo, en el 2022 el valor del camarón fue de \$2,98, mientras que en el presente año es de \$2,48. Sin embargo, los precios del camarón

pueden aumentar o disminuir de acuerdo a lo que el consumidor desee, es decir, más nutritivo, cocido, congelado, entre otros.

3.3.5.2. Producto

Significa el producto o servicio que la empresa ofrece a sus clientes. Esto incluye calidad, características, diseño, marca y todos los demás aspectos relacionados con el producto. Las decisiones sobre el producto también pueden incluir la variedad de productos, el ciclo de vida del producto y la particularidad con respecto a la competencia.

El principal producto a exportar hacia este mercado es el camarón de Ecuador, el cual, es reconocido por su calidad y su sabor, siendo este país uno de los principales exportadores de este crustáceo. El camarón puede producirse en varios tamaños permitiendo escoger al consumidor la gama que más les parece conveniente. Además, su sabor suave y su textura firme hacen que este sea un producto delicado para su preparación culinaria, siendo de esta manera que la empresa exporte variedades derivadas del camarón, es decir, camarones pelados, cocidos, congelados, enlatados, entre otros. En donde el cliente pueda optar por camarones de diferentes particularidades.

3.3.5.3. Promoción

Este aspecto se centra en las técnicas de marketing y promoción que se han utilizado para la comunicación, así mismo, para promocionar productos o servicios. Esto engloba publicidad, relaciones públicas, ventas personales, anuncios, marketing en Internet y cualquier otra táctica utilizada para llegar a los consumidores y persuadirlos a comprar.

3.3.5.3.1. Estrategias de promoción

- ❖ La principal estrategia de esta empresa es conservar las relaciones que tiene con los consumidores con el fin de aumentar las ventas a largo plazo y a su vez incrementar su participación en los mercados. Por ende, la empresa cuenta con una página web en donde se puede buscar información en cuanto a la producción, historia, misión, visión, ubicación, productos, entre otras.
- ❖ Por otro lado, la empresa cuenta con una marca reconocida, certificaciones legales como la certificación HACCP que hace más beneficioso y único al producto debido al proceso que conlleva, siendo de esta manera que la empresa desarrollo

sus promociones para aumentar sus ventas y que sus clientes sean atraídos por la misma desarrollando objetivos para competir contra sus competidores.

3.3.5.4. Plaza

Este aspecto apunta la estrategia que conlleva la distribución y ubicación de los productos o servicios. En el cual, involucra disponer cómo se adaptará el producto en el mercado, determinando qué canales de distribución se implementarán y en qué lugar estará disponible para los consumidores. Esto puede englobar las opciones de tiendas físicas, comercio en línea, intermediarios, etc.

3.3.5.4.1. Cadenas de distribución

La empresa mantiene su cadena de distribución iniciando con sus proveedores de camarón, luego los someten a un proceso riguroso del producto la cual abarca a su revisión, lavado, envasado, etiquetado, empacado, control de calidad; para hacer transferido a su área de refrigerado donde se procede a su embalado para colocarlos en los contenedores y finalmente trasladarse a su puerto de destino. Estas se distribuyen a todos los supermercados e hipermercados del país objetivo, siendo un producto utilizado para la cocina gourmet del país de Francia.

3.3.6. Sistema de negocios

Procedimiento minucioso el cual detalla como una empresa o entidad llevará a futuro sus actividades y a la obtención de los objetivos que abarca a corto plazo. Generalmente, se orienta del plan estratégico que conlleva la empresa enfocándose en aspectos hábiles y estratégicos.

3.3.6.1. Descripción de contenedor

3.3.6.1.1 Especificación técnica del contenedor refrigerado de 40 pies

El contenedor de refrigeración, también conocido como reefer, funciona como un refrigerador portátil. Las máquinas que se utilizan hoy en día están actualizadas con la última tecnología moderna y pueden mantener una temperatura interna constante durante semanas con una variación máxima de 0,01 grados centígrados. Estos depósitos de frío

pueden regular la temperatura desde -30°C hasta 50°C. (Román & Castillo, 2012, pág. 116).

Ilustración 12

Contenedor refrigerado de 40 pies

Exterior			Interior			Puertas Abiertas		Capacidad	Tara
Largo	ancho	alto	Largo	ancho	alto	ancho	alto	2004 pies cúbicos	11.350lb
12.19m	2.43m	2.59m	11.32m	2.28m	2.19m	2.28m	2.12m	56.7 m ³	5150 kg

Nota: El gráfico representa las dimensiones del contenedor para la exportación tomado de: <https://herdkp.com.pe/adds/Ezines/contenedores.htm>

La figura representa todas las dimensiones que posee un contenedor refrigerado de 40 pies para una debida exportación de camarón detallando el largo, ancho y alto

Ilustración 13

Contenedor refrigerado de 40 pies



Nota: El gráfico representa una visualización del contenedor para la exportación tomado de: <https://herdkp.com.pe/adds/Ezines/contenedores.htm>

3.3.6.1.2. Términos de negociación en Incoterm FOB

Este término suele ser utilizado por exportadores que recién comienzan a exportar y tienen poco conocimiento de los trámites aduaneros y procesos de distribución física en el mercado objetivo de sus productos.

Un requisito previo para esta condición de negociación para el vendedor es el despacho de aduana de la mercancía para la exportación. La aplicación de este incoterm significa que la entrega se completa cuando la mercancía en cuestión ha superado la derrota del

barco en el puerto de embarque acordado, por lo que el comprador corre con todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde ese momento (Román & Castillo, 2012, pág. 118).

Ilustración 14

Flujo de procesamiento de camarón para su exportación



Nota: El gráfico representa el proceso del camarón para exportar a su destino. Elaborado por: Las Autoras, 2023.

- ❖ **Recepción del producto:** El proceso aborda con la recepción del camarón fresco o congelado. En la cual, se comprueba la calidad y la cantidad de camarón admitido, y se procede a registrarse la información pertinente.
- ❖ **Producto en espera:** Área en donde los camarones se encuentran en espera para ser procesados. Esto se debe a la programación que conlleva la línea de producción que contiene la empresa, aparte de las preferencias de los consumidores.
- ❖ **Descabezado de camarón:** Área donde se procede al descabezamiento del camarón, el cual incluye la extracción de la cascara, los ojos y otros componentes de la cabeza del producto. Por tanto, se lo puede efectuar manualmente con cuchillos o también mediante máquinas automatizadas para la realización de esta tarea de una manera eficiente.

- ❖ **Clasificación de camarón:** El camarón es clasificado y apartado según como tenga de tamaño y calidad. Esto suele implicar la expulsión de camarones dañados, defectuosos o de una baja calidad.
- ❖ **Control de calidad:** Se procede a ejecutar el control de calidad del camarón con la finalidad de asegurarse de que el camarón se descabece de una manera adecuada para no poseer restos no deseados en cuanto al producto final.
- ❖ **Masterizado:** Una vez determinada la temperatura de congelación en cuanto en las cajas de camarón, finalmente se procede a la a la instalación de cajas en un cartón master para así culminar sellándolos.
- ❖ **Empaquetado:** En esta área, se realizado el debido empaqueta de camarón, ya sea en bolsas, cajas u otro tipo de envases convenientes para la exportación. Además, se pueden contener etiquetas con información relevante y detallada, como la fecha de su producción, peso neto, tipo de camarón y origen.
- ❖ **Bodega de almacenamiento:** Área donde los productos terminados se almacenan a temperaturas adecuadas para su debida conservación y evitar defectos en el camarón hasta que estén para ser enviado.

3.3.7. Cronograma

Tabla 2

Cronograma de la empresa

Nombre de tarea	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11
Estudio de mercado											
Capacitación de personal											
Proceso de exportación de camarón											
Proceso logístico											

Nota: Cronograma de exportación. Elaborado por las autoras

3.3.8. Financiación

El plan financiero se apoya en la determinación y gestión que conllevan los aspectos económicos que engloba la empresa PACIFIC SEAFOOD con la finalidad de instaurar

un marco para la realización de la toma de decisiones financieras consistentes y para la certificación de la viabilidad e incremento de un negocio.

3.3.8.1. Empaquetado para la exportación

En este ámbito el camarón es colocado en fundas compuestas polietileno con medidas de 29 x 15 x 7 y su caja corresponde a las medidas de 28.2 de largo/ 21.7 de ancho/ 5.2 cm de alto. ´

Respecto a la exportación de camarón se determina que en 10000 cajas cuenta con un peso unitario de 2kg dando así un total de \$10,94 por cada caja, proyectando anualmente colocar las mismas o más cantidades para el mercado de Francia.

Tabla 3

Costos logísticos de exportación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cajas	10000	0,4	\$4.000,00
Embalaje	100	0,8	\$80,00
Pallets	20	7,00	\$140,00
Flete	1	\$500,00	\$500,00
Imprevistos		\$800,00	\$800,00
		Total de gastos	\$1.524,00
Venta	10000	\$10,94	\$109.400,00
		Ingreso mensual	\$107.876,00
		Ingreso anual	\$1.294.512,00

Nota: La tabla indica descripción, cantidad, precio unitario y total de los costos logísticos de exportación. Elaborado por: Las autoras, 2023

Tabla 4*Valor de venta a lo largo del año*

Mes	Contenedores	Libras	Valor venta
1	1	44100,00	\$109.400,00
2	1	44100,00	\$109.400,00
3	1	44100,00	\$109.400,00
4	1	44100,00	\$109.400,00
5	1	44100,00	\$109.400,00
6	1	44100,00	\$109.400,00
7	1	44100,00	\$109.400,00
8	1	44100,00	\$109.400,00
9	1	44100,00	\$109.400,00
10	1	44100,00	\$109.400,00
11	1	44100,00	\$109.400,00
12	1	44100,00	\$109.400,00
		529200,00	\$1.312.800,00

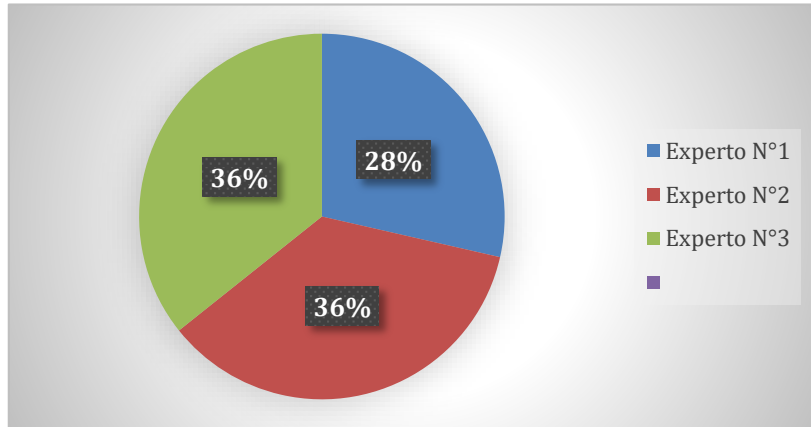
Nota: La tabla indica cantidad de libras y el valor en venta durante un año. Elaborado por: Las autoras, 2023.

3.3.9. Conclusión

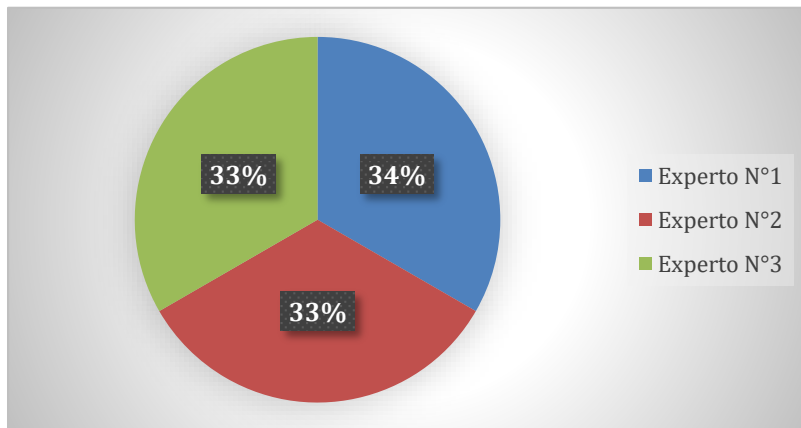
Para sintetizar, el plan de negocio que se ha implementado para la empresa comercializadora de camarón PACIFIC SEAFOOD, el cual nos ayuda a determinar la viabilidad de la exportación. En el cual, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo del mercado objetivo identificado las oportunidades y desafíos para ingresar de manera exitosa al país de destino que se le ha implementado. Además, se determinó las oportunidades de crecimiento en el mercado francés teniendo en cuenta que para la realización de esta se requiere paciencia y adaptabilidad en el proceso; agregando la alta demanda de consumo por parte del mercado objetivo, ya que, este es un producto gourmet en dicho país. Por ende, mediante este estudio de estrategias para la penetración del mercado se determinó la rentabilidad de exportación al mercado francés.

3.4. Evaluación del Aporte Práctico por parte de los Expertos en Comercio Exterior

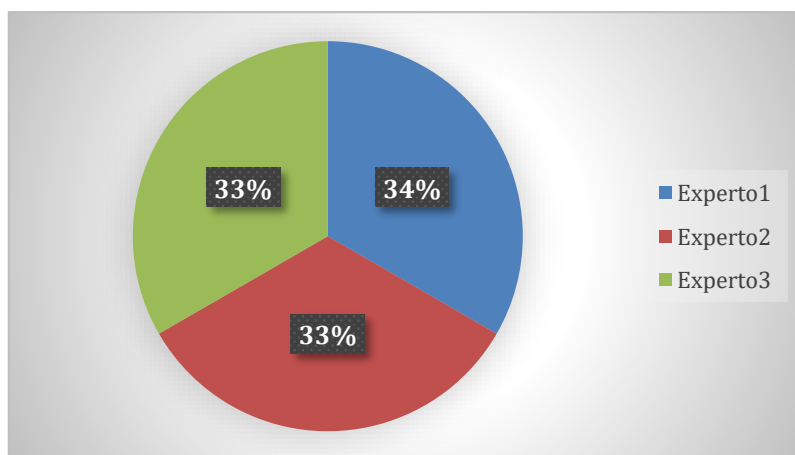
Pregunta 1. Valorar si la fundamentación teórica describe el aporte práctico de la investigación.



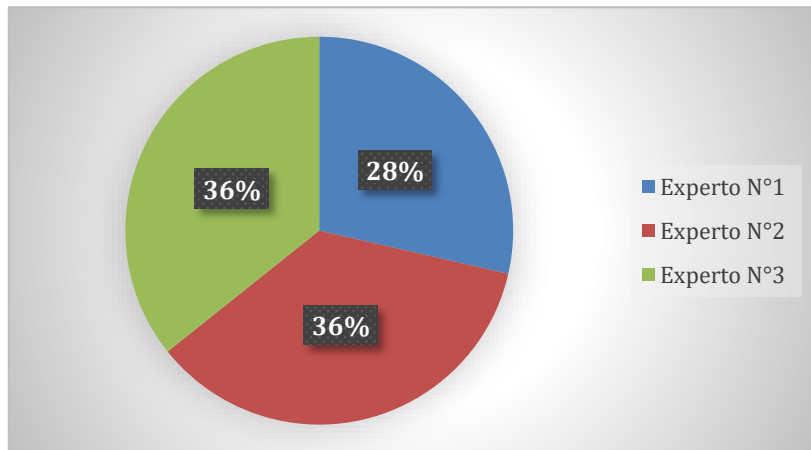
Pregunta 2. Valorar si la concepción estructural y metodológica del Estudio de Factibilidad de la empresa favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.



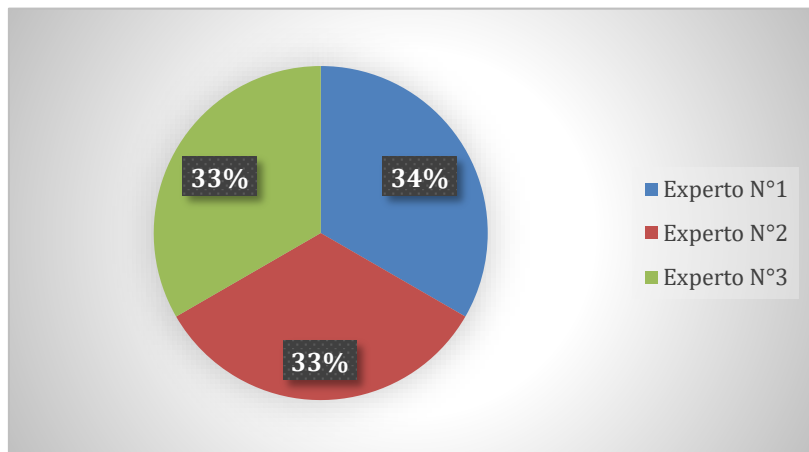
Pregunta 3. Valorar si los distintos puntos de la estructura del Estudio de Factibilidad que se le ha implementado son pertinentes para la investigación propuesta.



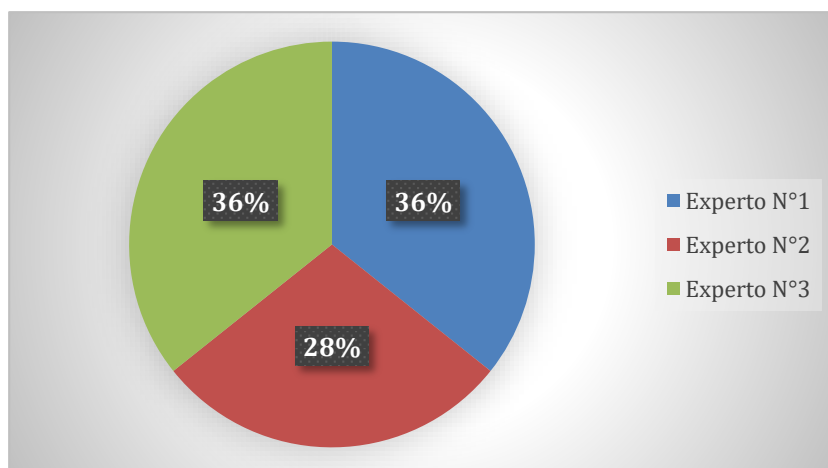
Pregunta 4. Valorar si se refleja todo el desarrollo del Estudio de factibilidad en cuanto al estudio de mercado para nuestra exportación.



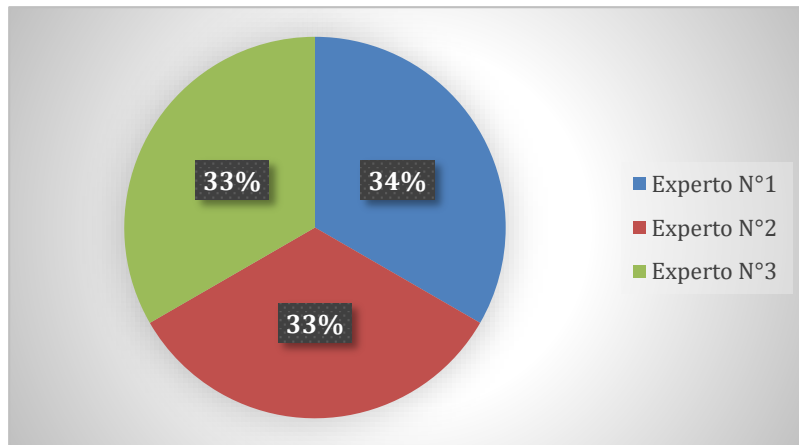
Pregunta 5. Valorar si la teoría propuesta en la investigación del Estudio de Factibilidad es apta para realizar la exportación hacia el nuevo mercado.



Pregunta 6. Considera usted el nivel de aplicabilidad del Estudio de Factibilidad para la exportación de camarón hacia dicho mercado detallada en la estructura planteada.



Pregunta 7. Considera usted que el Estudio de Factibilidad propuesto es viable para el mercado francés.



CAPITULO IV

4.1. Discusión de los resultados obtenidos

Para la realización del método de criterio de expertos se investigó si cuentan con conocimiento y experiencia para realizar dicha evaluación en la cual se utilizó un método empírico que es la encuesta en donde se determinó a tres de cinco expertos estar calificados para valorar el aporte práctico de la investigación. Así mismo, se realizó otra encuesta en donde se detalló preguntas acerca de nuestro tema de investigación de acuerdo a nuestro aporte práctico que es un estudio de factibilidad mediante el cual se analiza si es viable o no la exportación de camarón de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia; dándoles como instrucción que la calificación mínima para evaluar es de 1 y la máxima es de 5.

Según los datos obtenidos por los expertos en comercio exterior se determina que en la primera pregunta el experto N°1 califica en un rango de 4 dando como porcentaje el 28%; el experto N°2 y N°3 calificó en un rango de 5 que tiene como porcentaje 6%. Con respecto a la concepción estructural y metodológica del aporte práctico que viene a ser la segunda pregunta, el experto N°1 nos califica en un rango de 4 que tiene como porcentaje el 34%, el experto N°2 calificó en un rango de 4 que tiene como porcentaje el 33% al igual que el experto N°3. En la tercera pregunta que corresponde a los puntos de la estructura del estudio de factibilidad el experto N°1 calificó en un rango de 5 que tiene como porcentaje 34%, el experto N°2 y N°3 calificaron también en un rango de 5 dando como porcentaje el 33%. Con respecto a la valoración del desarrollo del estudio de factibilidad en cuanto al estudio de mercado, el experto N°1 lo califica en un rango de 4 obteniendo el 28%, el experto N°2 y N°3 califican en un rango de 5 que se obtiene como porcentaje un 36%.

Respecto a la quinta pregunta de la encuesta que corresponde a la verificación de la teoría que se ha propuesto en el estudio de factibilidad el experto N°1 califica en un rango de 4 dando este el 34% y el experto N°2 y N°3 califican también en un rango de 4 dando así el 33% de adaptabilidad para la realizar la exportación hacia el nuevo mercado. En relación a la sexta pregunta correspondiente a la aplicabilidad del estudio de factibilidad para la exportación de camarón hacia dicho mercado el experto N°1 califica en el rango 5 dando este el 34%, mientras, que el experto N°2 lo califica en un rango de 4 y el experto

Nº3 también lo califica en un rango de 5 correspondiente a la estructura que se le ha planteado. Finalmente, la séptima pregunta que corresponde a la viabilidad del estudio realizado para el mercado francés se obtiene como resultado entre los tres expertos un rango de 4 dando este el 98% de viabilidad para la exportación de camarón.

La empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. es factible para realizar actividades de exportación y comercialización de camarón debido al análisis exhaustivo que se le ha realizado respecto al mercado objetivo en donde se ha evidenciado cualidades, balanza comercial, oferta y demanda del producto, FODA del país y su normativa legal para introducir este crustáceo, recalcando que es una empresa ya internacionalizada por el cual cuenta con rentabilidad para la exportación a dicho país.

El plan de negocios en las empresas nos proporciona estrategias para penetrar a un mercado facilitando de esta manera la toma de decisiones, además, ayuda a alcanzar el éxito en los mercados internacionales; este análisis tiene una estructura el cual nos permite determinar la rentabilidad para las exportaciones de un producto generando una planificación y evaluación de todos los factores como la demanda del mercado global, aspectos logísticos, financieros y riesgos asociados. Al implementar un plan de negocios permite que la empresa defina y evalúe objetivos para su mercado determinando la viabilidad del negocio, también identifica su financiamiento determinar sus costos tanto de producción, exportación y logística. Esta planificación de negocio elabora estrategias para introducirse al mercado teniendo más oportunidades de internacionalización.

El estudio de factibilidad que se ha realizado corresponde a la parte interna de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. la cual ayuda a tener conocimiento de todas las partes que conforman para determinar si la empresa es apta o no para exportar hacia otros mercados. Por ende, se implementó un pequeño plan de negocios para delimitar el mercado objetivo hacia donde se quiere exportar identificando la demanda de consumo de camarones y otros aspectos, ya que, es esta se visualiza la parte externa que tiene que ver nuestro mercado el cual es el país de Francia. Además, nos da un enfoque claro y preciso en cuanto a los objetivos y estrategias para exportar camarón evitando riesgos durante durante el proceso. Dicho plan ayudó a determinar la rentabilidad de la exportación considerando factores como costos logísticos de exportación y el total de ventas durante un año.

CONCLUSIONES

- En conclusión, el estudio de factibilidad realizado para la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de Francia en el año 2022 se determinó que es viable para exportar a dicho mercado, ya que, Francia muestra una creciente demanda por los productos del mar debido a la calidad, puesto que, la empresa cuenta con certificado Premium haciendo de este mercado una mejor oportunidad internacional. Además, dispone de buena capacidad tecnológica y de maquinarias para el proceso de exportación, el cual genera ganancias y tiempo.
- La evolución de las exportaciones camaroneras de Ecuador ha sido trascendental en décadas pasadas, ya que, con el tiempo el país se ha ido globalizando siendo líderes principales en las exportaciones de camarón a nivel internacional teniendo un alto crecimiento en la industria. Ecuador es un país que se basa en la cría y producción de camarón debido a sus aguas cálidas y ricas en nutrientes que permiten que este crustáceo se desarrolle de manera óptima logrando una buena demanda en el mercado internacional.
- Para llevar a cabo la realización de este análisis que tiene como campo de investigación un estudio de factibilidad, el cual se lo elaboró mediante el uso de métodos teóricos y empíricos, revisión de fuentes primarias y fuentes secundarias en el que se adoptó teorías a base de juicios críticos de otros autores ayudando a la elaboración del marco teórico obteniendo nuevos conocimientos. Además, para la realización de esta investigación se obtuvo datos mediante encuesta con el jefe de planta de la empresa, el cual proporcionó información en la descripción sociológica, demográfica y física de la empresa para tener un mejor enfoque del aspecto interno de la misma. Ayudando a saber si es rentable o no la exportación.
- Para concluir, se determinó mediante una evaluación de criterio de experto y a base métodos empleados para el estudio de factibilidad que si es viable y rentable la exportación de camarón de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado francés.

RECOMENDACIONES

- Es de vital importancia analizar los mercados internacionales que se desea introducir el producto y también determinar la demanda y los precios del mismo en el país que se desea exportar. Además, se debe evaluar la competencia que existe en el mercado y así determinar si la empresa tiene la capacidad para competir con otros mercados. La realización de un buen estudio de factibilidad conlleva a la rentabilidad de una empresa haciendo un análisis completo en cuanto a la empresa para saber si cuenta con financiamiento para la comercialización y también analizar el mercado objetivo para conocer si es un país adecuado, si existe ganancia o no en las exportaciones.

REFERENCIAS

- Águila, A., & Díaz, R. (noviembre de 2020). LAS ESTRATEGIAS DE EXPORTACIONES EN CUBA, UN PROCEDIMIENTO PARA SU IMPLEMENTACIÓN EN CEMENTOS CIENFUEGOS S. A. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 292-302. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-292.pdf>
- Aguilar, W. (2018). PLAN DE EXPORTACIÓN DE COBIJAS SINTÉTICAS DE LA EMPRESA ALY ARTESANÍAS HACIA ESTADOS UNIDOS. *"Trabajo de investigación2"*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Ibarra, Ecuador. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de <https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/87/1/Plan%20de%20Exportaci%C3%B3n%20de%20cobijas.pdf>
- Aguilera, R. M. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos (México)*(28). Recuperado el 06 de Septiembre de 2023, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162013000100005
- Alan, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala, Ecuador: Editorial UTMACH. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Amaiquema, F., Vera, J., & Ingrid, Z. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Conrado*, 15(70), 354-360. Recuperado el 25 de mayo de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354&lang=es
- Amaya, P. (2013). Análisis de mercado para la exportación de camarón ecuatoriano, orgánico y pelado, hacia el mercado francés. *"Trabajo de investigación"*. Universidad de las Américas. Recuperado el 28 de septiembre de 2023, de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3061/1/UDLA-EC-TLNI-2013-11%28S%29.pdf>

- Arias, J. (2021). Guía para elaborar la operacionalización de variables. *ESPACIO I+D, INNOVACIÓN MÁS DESARROLLO*, 10(28). doi:<https://doi.org/10.31644/IMASD.28.2021.a02>
- Ayón, G., Zea, C., Zambrano, J., & Peñaherrera, M. (septiembre de 2020). Procedimiento para aplicar la Gestión Estratégica Organizacional en las PYMES de la ciudad de Jipijapa. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 487-507. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1411>
- Banco Central del Ecuador. (2017). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/1997/c8.htm#:~:text=En%20la%20d%C3%A9cada%20de%20los%2070%2C%20el%20auge%20petrolero%20introdujo,externa%20de%20petr%C3%B3leo%20toman%20impulso.>
- Cabezas, D. (2023). Análisis de la gestión estratégica en una institución educativa particular del distrito de Cayaltí en el período 2020. *"Trabajo de investigación"*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6011/1/TL_CabezaCortesDayana.pdf
- Calvo, M. (2017). Análisis de la variación de costos de producción en las empresas camaroneras ecuatorianas y su incidencia en las exportaciones del producto en el periodo 2013-2016. *Trabajo de investigación*. ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES, Quito. Recuperado el 10 de agosto de 2023, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14253/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20VARIACI%C3%93N%20DE%20LOS%20COSTOS%20DE%20PRODUCCI%C3%93N%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20CAMARONERAS%20ECUATORIANAS%20Y%20S.pdf?sequence=1>
- Camara Nacional de Acuicultura. (2023). *CÁMARA NACIONAL DE ACUACULTURA*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2023, de CÁMARA NACIONAL DE ACUACULTURA: <https://www.cna-ecuador.com/estadisticas/>
- Ceballos, A. (23 de Marzo de 2022). *Comercio Y Aduanas*. Obtenido de Comercio Y Aduanas: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/qu-e-es-comercio-internacional/>

- Centro de Comercio Internacional TRADE MAP. (2022). *TRADE MAP*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de TRADE MAP: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c0306%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2
- Céspedes, L. (2020). La cultura organizacional y su gestión desde un enfoque estratégico una revisión bibliográfica, análisis y valoraciones. *PSOCIAL*, 6(2), 89. Recuperado el 02 de Septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672371459008>
- Correa, A., Zarango, K., & Aguilar, L. (febrero de 2022). Covid-19 y su impacto en el comercio Internacional de Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 7(2), 249-261. doi:10.23857/pc.v7i1.3583
- Espinoza, E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Parte I. *Conrado*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000500039&script=sci_arttext&tlng=en
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Figueroa, G., Paladines, J., Paladines, J., & Pin, L. (2022). Factibilidad de aplicación de minería de procesos para el análisis de procesos del Sistema HACCP. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 15(3), 13-29. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590682>
- Freire, C., Carrera, F., Hurtado, G., & Matute, J. (febrero de 2022). Análisis de las relaciones internacionales del Ecuador con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para determinar su efecto en el flujo del comercio internacional de la región. *Información Tecnológica*, 33(1), 25-34. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000100025>

- García, J., & Sánchez, P. (Diciembre de 2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- García, R. (2021). “FACTIBILIDAD DEL MERCADO DE LA EMPACADORA “PEZCRUP S.A.” EN SAN CLEMENTE, AÑO 2020. *Trabajo de investigación*". Universidad Estatal del Sur de MANabí, Manabí, Ecuador. Recuperado el 24 de julio de 2023, de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3252/1/TESIS%20FACTIBILIDAD%20STEEVEN%20GARCIA.pdf>
- González, J., Salazar, F., & Ortiz, R. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Redalyc*, 21(1), 7. Recuperado el 30 de Agosto de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/993/99357718032/html/>
- Guasco, C., & Luna, K. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 1071-1089. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2541>
- Gutiérrez, H. (Diciembre de 2018). GESTIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN APLICANDO EL SISTEMA DE INFORMACIÓN “FESYSTEM” EN LA FERRETERÍA SOVELY DE ICA. *Trabajo de investigación*". Universidad Alas Peruanas, Ica, Perú. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/5276/Tesis_Gesti%c3%b3n_Sistema_Ferreter%c3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- JIRON, J., & KAREN, S. (2022). El sector camaronero en tiempos de covid-19 en la provincia de El Oro: periodo 2019-2021. *Trabajo de Investigacion*. Repositorio Universidad Tecnica de Machala, Machala. Recuperado el 05 de Enero de 2023, de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/20173/1/Trabajo_Titulacion_623.pdf
- Kuznik, A., Hurtado, A., & Espinal, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*(2), 315-344. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/2651/265119729015.pdf>

- Loayza, C., Pastor, J., Salcedo, V., & Sotomayor, J. (Enero de 2022). Efecto covid-19 en las determinantes de las exportaciones del sector camaronero del Ecuador, año 2020. *ECA Sinergia*, 13(1), 30-31. doi:https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i1.3311
- Macaroff, A., Herrera, S., Chuquimarca, S., Ávila, V., Orozco, C., Polo, P., . . . Llerena, M. J. (2022). *ESTADO DEL BANANO EN ECUADOR: acumulación, desigualdad y derechos laborales* (2da ed.). Quito. doi: 978-9978-94-243-7
- Madrid, K. (2022). ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS EN LOS COMEDORES DE LA PARROQUIA SUCRE, CANTÓN 24 DE MAYO, PERIODO 2019-2021. "*Trabajo de investigación*". Universidad Estatal del Sur de Manabí, Manabí, Ecuador. Recuperado el 24 de julio de 2023, de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3832/1/ESTRATEGIAS%20DE%20COMERCIALIZACION%20Y%20VENTAS%20EN%20LOS%20COMEDORES%20DE%20LA%20PARROQUIA%20SUCRE%20CANTON%20DE%20MAY.pdf>
- Medina, J., Pineda, E., & Téllez, F. (2019). Requerimientos de software: prototipado, software heredado y análisis de documentos. *Ingeniería y Desarrollo*, 37(2), 327-345. doi:<https://doi.org/10.14482/inde.37.2.1053>
- Notarianni, E. (Junio de 2006). *industriaacuicola.com*. Obtenido de *industriaacuicola.com*: <http://industriaacuicola.com/biblioteca/Camaron/Ecuador%20despues%20de%20la%20WSSV.pdf>
- Ortega, R., Pulido, J., Martínez, A., Ruiz, I., Hoyos, J., & Sordo, L. (07 de Septiembre de 2020). Métodos indirectos para la estimación de poblaciones ocultas: segunda parte. *Revista Española de Salud Pública*, 93, 24. doi:ISSN 2173-9110
- Ortiz, E. (Marzo de 2012). Los Niveles Teóricos y Metodológicos en la Investigación Educativa. *Cinta de moebio*(43), 14-23. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100002>
- PACIFICSEAFOOD. (24 de Agosto de 2023). *PACIFICSEAFOOD*. Obtenido de PACIFICSEAFOOD: <http://pacific-sea-food.com/nosotros/>

- Peña, L. (Julio de 2017). El Sector Camaronero del Ecuador y las Políticas Sectoriales: 2007-2016. *Trabajo de investigación*. Repositorio PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, Quito. Recuperado el 17 de Enero de 2023, de Repositorio PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13763/Disertaci%c3%b3n%20Luis%20Pe%c3%b1a%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Piedrahita, Y. (23 de Julio de 2018). *GLOBAL SEAFOOD ALLIANCE*. Recuperado el Agosto de 2023, de GLOBAL SEAFOOD ALLIANCE: <https://www.globalseafood.org/advocate/la-industria-de-cultivo-de-camaron-en-ecuador-parte-1/>
- Pinanjota, A., & Yauli, E. (Febrero de 2020). "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE CHOCHO". *"Trabajo de investigación"*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador. Recuperado el 24 de julio de 2023, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5915/1/T-001446.pdf>
- Polonia, C., Cardona, F., Castañeda, G., Vargas, I., Calvache, O., & Abanto, W. (2020). *Metodología de Investigación Cuantitativa & Cualitativa Aspectos conceptuales y prácticos para la aplicación en niveles de educación superior*. Piura: Institución Colombiana Antonio José Camacho y Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>
- PROECUADOR. (2020). *PROECUADOR*. Recuperado el 20 de septiembre de 2023, de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2021/10/Flyer-ACUACULTURA-2021.pdf>
- Quiñónez, M., Nazareno, I., Camacho, R., & Cedeño, M. (2020). Proceso de comercialización y extracción de productos de manglar, San Lorenzo-Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 25(91), 885-899. Recuperado el 2 de septiembre de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890304>
- Ramírez, D. (2019). MODELO PARA LA GESTIÓN DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES: ESTRUCTURADO SOBRE LOS GRUPOS DE INTERÉS. *Revista*

Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales, 42(14), 20-38. Recuperado el 20 de mayo de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7006985>

Ramírez, R., Vergara, L., Padrón, M., & Ramírez, R. (2023). Gestión estratégica e innovación en las organizaciones: Aproximaciones reflexivas. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 5(9), 215-233. doi:<https://doi.org/10.38186/difcie.59.13>

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(82), 179-200. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Rodríguez, C., Breña, J., & Esenarro, D. (2021). *Las variables en la metodología de la investigación científica* (Primera ed.). Editorial Científica 3Ciencias. doi:<https://doi.org/10.17993/IngyTec.2021.78>

Román, K., & Castillo, H. (2012). Análisis de los canales de exportación del camarón al mercado de España. *Abya-Yala*, 2(3), 15-209. Recuperado el 30 de septiembre de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6052550>

Romero Salgado, N. (2014). Neoliberalismo e industria camaronera en Ecuador. *Neoliberalismo e industria camaronera en Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado el 03 de Septiembre de 2023, de <file:///D:/Users/Usuario/Downloads/1257-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4758-1-10-20140429.pdf>

Sánchez, D. (2022). ENFERMEDADES QUE AFECTARON LA PRODUCCIÓN DE CAMARÓN Y ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE CAMARÓN EN EL ECUADOR. *Trabajo de titulación*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Santa Elena. Recuperado el 24 de Agosto de 2023, de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8084/4/UPSE-TBI-2022-0024.pdf>

Segarra, D. (22 de Octubre de 2012). Repositorio. *EXPORTACIÓN DIRECTA DE CAMARÓN CRUDO CONGELADO A SANTIAGO DE CHILE POR LA EMPRESA SEGAMAR*. Tesis de Grado: Universidad Espíritu Santo, Samborondon. Recuperado el 15 de Enero de 2023, de Repositorio:
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/666/1/TESINA%20DENISSE%20SEGARRA.pdf>

- Vega, C., Maguiña, J., Soto, A., Lama, J., & Correa, L. (2021). ESTUDIOS TRANSVERSALES. *Rev. Fac. Med. Hum.*, 21(1), 179-185. doi:10.25176/RFMH.v21i1.3069
- Vega, P. (2020). Gestión estratégica y el comercio informal en el Distrito de Virú, 2019. "*Trabajo de investigación*". Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado el 2020 de mayo de 2023, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56859/Vega_NPG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. *Alergia México*, 303-310. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755025003.pdf>
- Yépez, G., Quimis, N., & Sumba, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del conocimiento*, 6(3), 2045-2069. doi:10.23857/pc.v6i3.2492
- Zúñiga, C. (1 de Enero de 2023). *El Universo*. Recuperado el 03 de Septiembre de 2023, de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/exportacion-no-petrolera-se-afianza-con-el-camaron-el-producto-estrella-del-2022-en-ecuador-nota/>

ANEXOS

Anexo A

Solicitud de permiso a empresa PACIFIC SEAFOOD S.A.

Machala, 20 de Diciembre del 2022

Ingeniero,
Armando Valdiviezo
Gerente General
En su despacho

De nuestra consideración:

Nosotras, **Alison Nicole Valarezo Miñan**, con número de identificación **0707384111**; **Scarlet Nicole Valdiviezo Montes**, con identificación **0750198533**, estudiantes de Séptimo semestre, sección **Vespertina** paralelo "A" de la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, acudimos ante usted muy respetuosamente.

Somos estudiantes de séptimo nivel de nuestra carrera, y como requisito indispensable con fines de titulación debemos realizar una investigación, por lo que hemos considerado a su prestigiosa empresa **PACIFIC SEAFOOD S.A** la cual, usted muy acertadamente dirige, para realizar una investigación titulada "**Fortalecer la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de China en el año 2022 mediante un plan de exportación.**" y presentar criterios que coadyuven a la mejor toma de decisiones, poniendo en práctica lo cursado en nuestros años de estudios.

Por lo anteriormente expuesto, solicitamos a usted, se nos autorice realizar dicha investigación en su empresa y posteriormente la publicación de los hallazgos o resultados encontrados en virtud de la información que se recabe en el transcurso de nuestra investigación. Estos resultados serán publicados en el repositorio de la UTMACH la misma que es de acceso abierto y público para fines de investigación.

Cabe recalcar, que la información recabada será utilizada estrictamente con fines investigativos de indole académica con fines de titulación.

Esperando contar con su autorización favorable, les anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente,


Valarezo Miñan Alison Nicole
0707384111
avalarezo14@utmachala.edu.ec
0985798904


Valdiviezo Montes Scarlet Nicole
0750198533
svaldivie2@utmachala.edu.ec
0968867695

Recibido
20/12/22

PACIFIC
SEAFOOD
APROBADO

Anexo B

Aceptación de la empresa

Santa Rosa 20 de diciembre del 2022.

Estimadas estudiantes:


Alison Nicole Valarezo Miñan, con CI: 0707384111
Scarlet Nicole Valdiviezo Montes, con CI: 0750198533

Estudiantes de Séptimo semestre, sección Vespertina paralelo "A" de la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala.

Nuestra empresa PACIFIC SEAFOOD S.A representada por el Ing. Armando Valdiviezo ha receptado la petición para realizar el trabajo de titulación perteneciente a la Univesidad Tecnica de Machala de la Carrera de Comercio Exterior, en la cual tiene como tema **"Fortalecer la exportación camaronera de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A. hacia el mercado de China en el año 2022 mediante un plan de exportación."**

En calidad de Gerente General de la empresa PACIFIC SEAFOOD S.A, **AUTORIZO** a las estudiantes: Alison Nicole Valarezo Miñan, con CI: 0707384111 y Scarlet Nicole Valdiviezo Montes, con CI: 0750198533 a realizar el trabajo de titulación perteneciente a la carrera de **COMERCIO EXTERIOR**; en nuestra prestigiosa empresa, dando toda la facilidad y apertura a los estudiantes en recabar la información necesaria para poder realizar el trabajo de titulación el cual estan realizando dicha petición.

Cabe recalcar, que la información recabada será utilizada estrictamente con fines investigativos de índole académica con fines de titulación.



Ing. Armando Valdiviezo
GERENTE GENERAL PACIFIC SEAFOOD S.A

Anexo C

Localización empresa PACIFIC SEAFOOD S.A.



Anexo D

Logotipo de la empresa



Anexo E

Evaluación del método de expertos



EVALUACIÓN DEL APOORTE PRÁCTICO POR PARTE DE LOS EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

Estimado experto en Comercio Exterior

Somos estudiante de octavo nivel próximas a la obtención de la Licenciatura de Comercio Exterior, solicitamos a usted nos ayude por medio de esta encuesta, realizar una evaluación acerca de nuestro trabajo de titulación ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA EXPORTADORA DE CAMARÓN PACIFIC SEAFOOD S.A. HACIA EL MERCADO DE FRANCIA – PARÍS EN EL AÑO 2022, para así obtener mediante esta, su criterio como experto, teniendo en cuenta sus conocimientos, la cual mediante esta calificación nos ayudará a fortalecer nuestro aprendizaje a futura. Para realizar la evaluación considere que la calificación mínima es de 1 y la máxima de 5 en donde debe marcar X y para realizar su sugerencia debe declarar el porqué.

1. Valorar si la fundamentación teórica describe el aporte práctico de la investigación.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

2. Valorar si la concepción estructural y metodológica del Estudio de Factibilidad de la empresa favorecen el logro del objetivo por el cual se elaboró.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

3. Valorar si los distintos puntos de la estructura del Estudio de Factibilidad que se le ha implementado son pertinentes para la investigación propuesta.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

4. Valorar si se refleja todo el desarrollo del Estudio de factibilidad en cuanto al estudio de mercado para nuestra exportación.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

5. Valorar si la teoría propuesta en la investigación del Estudio de Factibilidad es apta para realizar la exportación hacia el nuevo mercado.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

6. Considera usted el nivel de aplicabilidad del Estudio de Factibilidad para la exportación de camarón hacia dicho mercado detallada en la estructura planteada.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

7. Considera usted que el Estudio de Factibilidad propuesto es viable para el mercado francés.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto y explique el cambio, adición o supresión que haría:

HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar el Estudio de Factibilidad, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en una empresa.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.