



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Estudio de factibilidad legal y de mercado para determinar la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023.

**APONTE VARGAS SHEILA PAOLA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**REYES ROMERO KAREN CAMILA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**Estudio de factibilidad legal y de mercado para determinar la
viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia
Alemania en el 2023.**

**APONTE VARGAS SHEILA PAOLA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**REYES ROMERO KAREN CAMILA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**Estudio de factibilidad legal y de mercado para determinar la
viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia
Alemania en el 2023.**

**APONTE VARGAS SHEILA PAOLA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**REYES ROMERO KAREN CAMILA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

ESPINOSA GALARZA MIGUEL ORLANDO

**MACHALA
2023**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD LEGAL Y DE MERCADO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ HACIA ALEMANIA EN EL 2023.

por SHEILA PAOLA APONTE VARGAS _ KAREN CAMILA REYES ROMERO

Fecha de la entrega: 01-may-2024 10:40p.m. (UTC+0500)

Identificador de la entrega: 2314607419

Nombre del archivo:

ESTUDIO_DE_FACTIBILIDAD_LEGAL_Y_DE_MERCADO_PARA_TERMINAR_LA_VIABILIDAD_DE_LA_EXPORTACIÓN_DE_CON...RADO_DE_MARACUYÁ_HACIA_ALEMANIA_EN_APONTE_VARGAS_SHEILA_PAOLA_REYES_ROMERO_KAREN_CAMILA.pdf (1.77M)

Total de palabras: 15355

Total de caracteres: 91826

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD LEGAL Y DE MERCADO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ HACIA ALEMANIA EN EL 2023_SHEILA PAOLA APONTE VARGAS _ KAREN CAMILA REYES ROMERO

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

< 1%

★ repositorio.uide.edu.ec

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 60 words

Excluir bibliografía

Apagado

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

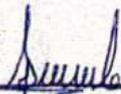
Las que suscriben, APONTE VARGAS SHEILA PAOLA y REYES ROMERO KAREN CAMILA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Estudio de factibilidad legal y de mercado para determinar la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023., otorgan a la Universidad 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.



APONTE VARGAS SHEILA PAOLA

0706981024



REYES ROMERO KAREN CAMILA

0705604288

DEDICATORIA

En este emocionante capítulo de mi vida, quiero dedicarles mis logros y éxitos para mis
padres Oswaldo Aponte, Karen Vargas.

De manera especial va dedicada también a mi abuelita Juana Córdova

Sheila Paola Aponte Vargas

Este trabajo de titulación se lo dedico en primer lugar a Dios.

De manera especial a mis padres Pedro Reyes Reyes, Marlene Romero Pineda.

A mis hermanos Ronald, Pedro, Ronny y Carlos Reyes Romero.

A mi hija Ivana Maite Reyes Romero.

A mi novio Jordy Correa.

Karen Camila Reyes Romero

AGRADECIMIENTO

- En primer lugar, quiero tomar un momento para expresar mi sincero agradecimiento a toda mi familia, a mi madre Karen Vargas, a mi padre Oswaldo Aponte, a mis tíos y a mis abuelitos por su apoyo incondicional, por vuestra confianza en mí, por su vuestra dedicación y sacrificio han hecho posible que persiga mis sueños académicos. Vuestras palabras de ánimo y vuestro amor incondicional han sido mi mayor motivación en los momentos de desafíos. Cada logro que alcance en esta etapa de mi vida será, en parte, su logro también.
- Quiero expresar mi gratitud al docente Dr. Luis Carmenate.
- Al Ing. Orlando Espinoza y al Ing. Kelvin Pizarro por sus conocimientos hacia nuestro trabajo de titulación.

Sheila Paola Aponte Vargas

- Quiero agradecer de manera especial a mi madre Marlene Romero Pineda, a mi padre Pedro Reyes Reyes, a mis hermanos Ronald, Pedro, Ronny y Carlos Reyes Romero, porque nunca me han soltado la mano en los momentos difíciles, gracias infinitas por el sacrificio que han hecho para que realice mis estudios académicos, ya que sin el apoyo de ustedes esto no estuviera siendo posible.
- Agradezco a una de las personas más importantes en mi vida que es mi hija Ivana Maite Reyes por ser mi inspiración y mi fortaleza de seguir adelante, por esas muestras de cariño que me impulsan cada vez dar lo mejor de mí misma.
- También quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mi novio Jordy Correa Burgos por estar presente siempre para mí y mi hija llenándonos de palabras de aliento, apoyo, paz y amor incondicional, también, por ser un ejemplo a seguir de resiliencia, dedicación y superación para cumplir todas las metas propuestas.
- Quiero expresar mi gratitud a los docentes el Dr. Luis Carmenate, Ing. Orlando Espinosa, Ing. Kelvin Pizarro por sus conocimientos que nos permiten llevar a cabo de manera exitosa nuestro trabajo de titulación.

Karen Camila Reyes Romero

RESUMEN

La ausencia de conocimiento acerca de las oportunidades comerciales en nuevos mercados internacionales ha limitado la exportación de productos concernientes al concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia nuevos mercados potenciales. Alemania, un país con un elevado poder adquisitivo y una creciente demanda por alimentos de alta calidad, ha representado una oportunidad interesante para los productores y exportadores de concentrado de maracuyá. Al ingresar a un nuevo mercado las empresas tienen la oportunidad de incrementar sus ganancias y consolidar su posición en la escena global de negocios. Tomando en consideración que Ecuador es un líder en producción y exportaciones de productos agrícolas. En cuanto al maracuyá se posee un privilegio debido sus tierras fértiles y su clima propicio para la producción de la materia prima. Además, contemplando como ventaja que Alemania es parte de la Unión Europea y Ecuador actualmente posee un acuerdo vigente, resultado de ello los productos se benefician de las preferencias arancelaria. Es por ello que, en el presente trabajo de investigación con fines de titulación tuvo como finalidad determinar si la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania es una opción viable obteniendo una respuesta positiva. Este estudio adoptó una perspectiva integral que engloba desde el punto de vista internacional aspectos técnicos, comerciales y legales, destinado a servir con una guía exhaustiva y exitosa para actores interesados en la comercialización e internacionalización de productos derivados del maracuyá ecuatoriano. Para lograrlo, se emplearon una variedad de enfoques y métodos, entre ellos los métodos teóricos tales como, histórico- lógico, analítico- sintético, inductivo- deductivo, abstracción-concreción y el método sistémico que permitieron respaldar y fundamentar la investigación, también se implementaron métodos empíricos como el estudio de documentos que permitió la obtención de información para obtener una comprensión profunda y precisa en base al estudio realizado en el ámbito del comercio internacional.

PALABRAS CLAVES: Alemania, demanda, exportación, factibilidad, maracuyá.

ABSTRACT

The lack of knowledge about business opportunities in new international markets has limited the export of products related to Ecuadorian passion fruit concentrate to new potential markets. Germany, a country with high purchasing power and a growing demand for high-quality food, has represented an interesting opportunity for producers and exporters of passion fruit concentrate. Entering a new market gives companies the opportunity to increase their profits and consolidate their position on the global business scene. Considering that Ecuador is a leader in the production and export of agricultural products. As for passion fruit, it has a privilege due to its fertile lands and its climate conducive to the production of the raw material. In addition, considering as an advantage that Germany is part of the European Union and Ecuador currently has an agreement in force, as a result the products benefit from tariff preferences. That is why, in this research work for titration purposes, the aim was to determine whether the export of passion fruit concentrate to Germany is a viable option, obtaining a positive answer. This study adopted a comprehensive perspective that encompasses from the international point of view technical, commercial and legal aspects, intended to serve with an exhaustive and successful guide for actors interested in the commercialization and internationalization of products derived from Ecuadorian passion fruit. To achieve this, a variety of approaches and methods were used, including theoretical methods such as historical-logical, analytical-synthetic, inductive-deductive, abstraction-concreation and the systemic method that allowed to support and substantiate the research. Empirical methods such as the study of documents were also implemented, which allowed to obtain information to obtain a deep and accurate understanding based on the study carried out in the field of international trade.

Key words: Demand, feasibility, export, passion fruit, Germany.

INDICE GENERAL

	pág.
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.	13
1.1. Evolución de gestión de factibilidad legal y de mercado en la comercialización internacional de concentrado de maracuyá en relación con las exportaciones de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia la Unión Europea en 2023.	13
1.2. Caracterización gnoseológica de la comercialización internacional de concentrado de maracuyá.....	15
1.2.1. Comercialización	15
1.2.2. Internacional.	16
1.2.3. Concentrado de maracuyá	16
1.2.4. Cultivo	16
1.2.5. Origen y botánica del maracuyá	17
1.2.6. Tipos de maracuyá	18
1.2.8. Fruto	19
1.2.9. Usos y propiedades del maracuyá.....	19
1.2.10. Siembra y cosecha de fruta	20
1.2.11. Producción	21
1.2.12. Comercialización internacional de concentrado de maracuyá.	21
1.2.13. Exportación	22
1.2.14. Importación	22
1.2.15. Intermediarios.....	23
1.2.16. Acuerdo comercial.....	23
1.3. Caracterización gnoseológicamente la gestión de factibilidad	24

1.3.1. Gestión.....	24
1.3.2. Factibilidad	24
1.3.2.1. Gestión de factibilidad	25
1.3.3. Economía.....	25
1.3.4. Mercado.....	26
1.3.5. Competencia	26
1.3.6. Demanda.....	27
1.3.7. Oferta.....	28
1.3.7. Ingresos económicos	28
1.3.7.1. Producto Interno Bruto (PIB).....	29
1.4. Valoración actual de las exportaciones de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia el mercado de Alemania en 2023.	30
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA	32
2.1. Tipo de investigación.	32
2.2. Paradigma o perspectiva general.....	32
2.3. Población y muestra.	32
2.4. Métodos teóricos.	32
2.4.1. Histórico - Lógico	32
2.4.2. Método Analítico – Sintético e Inductivo – Deductivo.....	33
2.4.3. Método Hipotético – Deductivo.....	33
2.4.4. Método de Abstracción - Concreción.....	33
2.4.5. Método sistémico	33
2.5. Métodos empíricos.	33
CAPÍTULO 3. APORTE PRÁCTICO	34
3.1. Fundamentación teórica del aporte practico	34
3.1.1. Fundamentación teórica de la investigación.....	34
3.2. Elaboración del aporte practico	34

3.2.1.	Ficha técnica del producto	34
3.2.1.1.	Canal de distribución	36
3.2.2.	Análisis del mercado local.....	36
3.2.2.1.	Producción de maracuyá	36
3.2.2.2.	Hectáreas por provincias productoras de maracuyá	36
3.2.2.3.	Porcentaje de rendimiento.....	37
3.2.2.4.	Exportaciones ecuatorianas de concentrado de maracuyá	38
3.2.3.	Análisis del mercado destino	39
3.2.3.1.	Características generales del mercado	39
3.2.3.2.	Descripción Geográfica del mercado Alemania.....	39
3.2.3.3.	Análisis PEST	41
3.2.3.4.	Sistema de cambio Alemania	41
3.2.3.5.	Análisis económico de Alemania	43
3.2.3.6.	Tendencias del mercado.....	44
3.2.3.7.	Demanda de concentrado de maracuyá	44
3.2.4.	Comercio Exterior Ecuador – Alemania	45
3.2.4.1.	Productos exportados.....	45
3.2.4.2.	Productos importados	45
3.2.5.	Importaciones de concentrado de maracuyá de Alemania	46
3.2.6.	Análisis legal y regulatorio.....	47
3.2.6.1.	Acuerdo Comercial.....	47
3.2.6.2.	Medidas arancelarias del Acuerdo con la UE.	47
3.2.6.3.	Clasificación arancelaria del concentrado de maracuyá	48
3.2.6.4.	Normas de Procedencia	48
3.2.6.4.1.	Procedimiento para requerir un documento de movimiento de Mercancías euro uno.....	48
3.2.6.5.	Normas de calidad	50

3.2.6.5.1. Certificación de calidad de Alemania	50
3.2.6.5.2. Requisitos de empaque y etiquetado en Alemania	50
3.3. Valoración de la contribución práctica proporcionada por los profesionales en Comercio Exterior	51
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	62
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	66
BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS	74

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Envase y presentación del concentrado de maracuyá	35
Ilustración 2. Calendario de cosechas para maracuyá.....	37
Ilustración 3. Mapa de Alemania	39
Ilustración 4 Paso 1 para solicitar certificado de circulación EUR.1	49
Ilustración 5 Paso 2 para solicitar certificado de circulación eur.1.....	49
Ilustración 6 Paso 4 para solicitar certificado de circulación EUR.1	50

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Hectáreas de maracuyá en Ecuador.	37
Tabla 2 Ficha técnica de Alemania	39
Tabla 3 Principales productos importados desde Alemania a Ecuador.....	45
Tabla 4 Partida y subpartida arancelaria.....	48
Tabla 5	52
Tabla 6 Valorar si la concepción estructural y metodológica del estudio de factibilidad legal y de mercado favorecen al logro del objetivo por el cual se elaboró.....	53
Tabla 7 Valorar si los diferentes puntos de la estructura declaradas en el estudio de factibilidad legal y de mercado son pertinentes a dicho estudio planteado en la investigación.	54
Tabla 8 Valorar si se reflejan todo el desarrollo del estudio de factibilidad legal y de mercado son presentados mediante datos estadísticos.	55
Tabla 9 Valorar si la teoría propuesta en el estudio de factibilidad legal y de mercado es pertinente para realizar la exportación de concentrado de maracuyá.....	56
Tabla 10 Valorar el nivel de factibilidad dentro del proceso de exportación planteado teóricamente.	57
Tabla 11 Valora el nivel de aplicabilidad del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.	58
Tabla 12 Valorar la contribución del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.....	59
Tabla 13 Considera Ud. que el estudio de factibilidad legal y de mercado contribuiría para lograr la exportación de concentrado de maracuyá.	60

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en un “Estudio de factibilidad legal y de mercado para determinar la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023”, una iniciativa que combina la riqueza agrícola de Ecuador con las oportunidades comerciales internacionales. Esta propuesta adquiere relevancia en un contexto global donde la demanda por productos exóticos y de alta calidad está en constante desarrollo, y donde el maracuyá se destaca por sus beneficios y su sabor exquisito, destacando al producto con una capacidad para explorar nuevas fronteras comerciales y contribuir al desarrollo económico de las regiones productoras de maracuyá en América Latina. Además, se alinea con las tendencias actuales dentro del sector de alimentos y bebidas, en la cual los consumidores alemanes y europeos buscan estas alternativas.

El comercio internacional en países de América Latina se ha destacado por las exportaciones de frutas tradicionales y frutas no tradicionales, unos de los beneficios que tiene la exportación de frutas en el Ecuador es que nos permite hacer negociaciones con países desarrollados y a su vez obtener una mayor rentabilidad comercial y financiera.

Salas (2020), afirmó lo siguiente: “Las exportaciones no convencionales representan una oportunidad lucrativa, tanto para las compañías como para el estado, ya que su influencia positiva en la balanza comercial es significativa” (p. 5).

Si bien es cierto Ecuador, en la actualidad es considerado como agroexportador porque posee un clima apto para producir variedades de productos agrícolas con calidad excelente y apta para exportarlo a diferentes países en el exterior, considerando esta premisa como una buena oportunidad de negocios para el país, pudiendo lograr la diversificación de las exportaciones a través de las frutas no tradicionales.

Sin embargo, existen buenos mercados extranjeros que demandan del valioso producto cítrico, pero desafortunadamente Ecuador no ha podido llegar o cubrir ese mercado, haciendo énfasis a Alemania en donde muestra buen interés por productos a base de frutas cítricas y actualmente este mercado no se lo aprovecha totalmente, tomando en consideración de que este país cuenta con una producción limitada para atender las demandas de su mercado local. A partir de lo expuesto nace la noción de realizar un estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá considerando como destino a Alemania.

En el transcurso de este informe, se detallará los aspectos claves relacionados con la exportación de concentrado de maracuyá hacia el mercado de Alemania, evaluando su factibilidad de oportunidades de mercado. Por lo tanto, el problema científico que se plantea es el siguiente: ¿Cómo determinar la viabilidad para la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023? La investigación se orientará hacia la formulación de un estudio que permita lograr la exportación de concentrado maracuyá. El objeto de estudio se refiere a la comercialización internacional de concentrado de maracuyá ecuatoriana, enfocándose en la gestión de factibilidad legal y de mercado. Una de las causas que originan el problema científico es el desconocimiento de oportunidades comerciales en nuevos mercados internacionales, enfrentamiento a nuevas competencias, costos adicionales, aspectos legales.

El objetivo de esta investigación consiste determinar la viabilidad para la exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia Alemania del 2023, mediante un estudio de factibilidad legal y de mercado. Los objetivos específicos de este estudio se basan en, determinar la evolución de gestión de factibilidad en el proceso de exportación en relación con las exportaciones de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia Alemania en 2023, determinar los aspectos que influyen en la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania, caracterizar gnoseológicamente la comercialización internacional de la exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriana, caracterizar gnoseológicamente la gestión de factibilidad, elaborar el estudio de factibilidad legal y de mercado, valorar la situación actual de la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania, fundamentar teóricamente el estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en 2023. La delimitación del campo de acción de la investigación es la gestión de factibilidad.

Durante el proyecto, se analizarán los aspectos históricos que caracterizan el desarrollo de la gestión del estudio de factibilidad para la exportación de maracuyá ecuatoriana hacia Alemania. Además, se examinarán conceptos relevantes y principios fundamentales, enfocándose en los rasgos intelectuales, metodológicos, aspectos comerciales, económicos y legales para la exportación de maracuyá ecuatoriana. También se considerarán los factores contextuales como la Valoración actual de las exportaciones de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia Alemania en el 2023.

En el presente proyecto, se formuló una hipótesis científica: Un estudio de factibilidad legal y de mercado determina la viabilidad de la exportación del concentrado

de maracuyá ecuatoriana hacia Alemania en el 2023. En esta hipótesis se considera como variable independiente el estudio de factibilidad legal y de mercado y mientras que la viabilidad para la exportación del concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia Alemania en el 2023 se toma como la variable dependiente que nos permitirá comprender la situación vinculada con el objeto de estudio.

La investigación empleó una variedad de enfoques y métodos para identificar patrones en la exportación de concentrado de maracuyá desde Ecuador hacia Alemania. Estos métodos abarcaron enfoques teóricos como el histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo, hipotético-deductivo, abstracción-concreción y sistémico. Así mismo, se emplearon métodos empíricos para la recopilación utilizado es el estudio de documentos como instrumento.

En cada capítulo, se demostrará en los privilegios de esta fruta, el potencial que tiene para su comercialización, mostrando su viabilidad para la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania, para utilizar las oportunidades que se presenten en dicho mercado.

CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

1.1. Evolución de gestión de factibilidad legal y de mercado en la comercialización internacional de concentrado de maracuyá en relación con las exportaciones de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia la Unión Europea en 2023.

Ecuador cuenta con una gran diversidad de flora y fauna, lo cual le ha permitido ser un país productor y exportador de productos en su primera fase, es decir; en estado natural. Este distintivo de país productor ha permitido al Ecuador ser uno de los países con mayor productos vendidos o exportados, además, de basar en gran medida su economía en la exportación de productos. Ante lo mencionado, esto ha generado u originado que realice lazos comerciales con diversos países para exportación y venta de productos en estado natural, sin ningún tipo de procesamiento.

A partir de los años 90, Ecuador empezó extender las exportaciones; es decir, vender los productos a países europeos, asiáticos, entre otros. Pero, el mercado Alemania ha visto a los productos ecuatorianos como productos potenciales de consumo a nivel local. Esto quiere decir, lo atractivo de exportar a Alemania es una gran oportunidad para los productores de maracuyá, por ello, según el Banco Central del Ecuador (BCE), Alemania empezó a importar productos concernientes al maracuyá desde el 2009, con 0.86 toneladas de maracuyá. (Banco Central del Ecuador, 2023). Indiscutiblemente, el mercado Alemania se ha vuelto atractivo para la exportación de maracuyá y sus derivados, por lo cual, se ha visto factible la venta de maracuyá a Alemania.

Ante lo mencionado con anterioridad, las investigaciones de Quito y García (2021), llevado a cabo en la provincia de El Oro, específicamente en Santa Rosa, indicaron que el producto del maracuyá tiene variedades de clases, entre las cuales se destaca el Maracuyá amarillo, con mayor número de siembras en las costas ecuatorianas, por el rendimiento industrial que representan. La mayor concentración de cultivo de dicho producto está en la región costa, precisamente en las zonas de Los Ríos, Guayas, Manabí y El Oro, donde este último cuenta con 134 ha de siembra, según el “Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)”, realizado en el 2010.

Por ello, el cultivo de maracuyá en las diversas empresas que están inmersas dentro de estas actividades, han visto una gran oportunidad en la exportación de dichos

productos hacia el extranjero, donde el gobierno ha logrado acuerdo comerciales con diversos países, entre las cuales destacan el acuerdo con la Unión Europea, donde dicha asociación ha permitido que los productos ecuatorianos ingrese a países como España, Italia, Francia, Alemania, donde este último es uno de los principales en importar productos ecuatorianos como mineral de metal precioso, plátanos, granos de cacao, entre otros productos. (El Comercio, 2018).

Por otra parte, Díaz et al. (2019) indican en su trabajo realizado en la Provincia de El Oro, que los productos ecuatorianos para tener una mayor impresión en la acogida o recepción de los productos en estado natural en los diversos mercados tanto nacional como internacional, deben tener un impacto enardecido en los consumidores, por ello, la innovación es un factor fundamental para tener productos competitivos. En vista de que Ecuador, desde sus inicios en la producción agrícola se ha caracterizado en ser un país proveedor de productos en estado natural, por lo que, entregar o exhibir productos innovadores, generará mayor atracción en los consumidores.

En contraste con lo anterior, ingresar en un mercado internacional para el Ecuador, como el mercado Alemania, es un reto, debido a los diversos productos que dicho país importa para ofertar en los mercados nacionales. Por ello, la competitividad mostrada y la gran oferta de productos del reino vegetal en estado natural al mercado Alemania por parte de Ecuador, le ha permitido ubicarse en el puesto 14 de países que exportan productos a Alemania, desde el año 1995 al 2021. Se ha producido un alza en el Producto Interno Bruto (PIB) del 0,69 %. (Observatorio de Complejidad Económica, 2023).

La investigación realizada por los autores Cevallos et al. (2018) indicaron que el pacto de intercambio comercial con la Unión Europea en el 2018 ha permitido al Ecuador tener apertura a diversos mercados en Europa, y lograr obtener incremento en el PIB. Por otra parte, en el año 2009, las alianzas comerciales entre estos se terminaron por diferencias, pero en el año 2014 nuevamente las negociaciones se encaminaron, donde a partir del año 2018 entró en vigencia. Este acuerdo comercial, ha permitido al Ecuador aumentar los ingresos económicos y acrecentar la economía nacional. Se debe agregar que, ante dicho suceso, las empresas dedicadas al cultivo del maracuyá, tienen la oportunidad de exportar dicho producto hacia Europa, donde el mercado Alemania demanda comúnmente productos en estado natural.

En esencia, las relaciones diplomáticas tanto político como económico, permiten a todo país lograr vender productos que generan ingresos de capital para el país. Pero, es necesario indicar que dichos lazos comerciales también permiten importar productos que son de gran utilidad para la producción u consumo nacional. Entonces, todo lazo comercial permite a todo producto exportado, ser competitivo en el mercado del país que está importando, debido a que, los precios no son abruptos o altos, y con ellos los consumidores pueden adquirirlos. Entonces, los acuerdos comerciales benefician a todo país.

1.2. Caracterización gnoseológica de la comercialización internacional de concentrado de maracuyá.

1.2.1. Comercialización

La comercialización es el proceso en el cual una empresa realiza o planifica estrategia de promoción para la venta de productos o prestación que oferta en el mercado consumista, con el fin de alcanzar un mercado potencial de forma eficaz y obtener beneficios económicos Sampedro et al. (2021). Por ello, una cadena de comercialización no solamente se basa en oferta y demanda de productos o prestación de servicios por medios digitales o impresos, sino también en el consenso entre empresa u organizaciones que se beneficien del producto a comercializar. Entonces, un estudio de factibilidad para evitar la desafectación del mercado consumista es necesario lograr observar las necesidades que ofrece el mercado para lograr suplir dicha necesidad.

En todo caso, identificar actividades que ayuden a comercializar un producto es fundamental, donde según los autores Durán y Alcívar (2020) infieren que la identificación de actividades primarias (generación del producto, venta y entrega), actividades de soporte (equipo de trabajo) y margen (diferencia entre precio y costo del producto), ayudan en gran medida a obtener una cadena de valor positivo, con la objetividad de obtener estrategias de mercado que logren captar en gran medida al mercado.

Las cadenas de valor en el sector agroalimenticio son de gran importancia para la resolución de asuntos en las organizaciones, con la finalidad de reducir el riesgo que se podría obtener al ingresar en un mercado nuevo. Por ello, según (Peña et al. 2008, citado por Durán y Alcívar 2020 p. 112) infieren en que una cadena de valor permite mitigar el riesgo de obtener pérdidas e incrementar beneficios, gracias a la realización de una

planificación y contribución de información para lograr una competitividad aceptable al inicio de la introducción en un mercado.

En esencia, dentro del ámbito comercial del maracuyá, es necesario estudiar al consumidor y la necesidad que presentan en relación al producto, con el fin de obtener aceptación y lograr obtener beneficios económicos esperados, por ello, las estrategias de marketing digital serán un factor importante al momento de realizar un estudio de factibilidad al ingresar a comercializar un producto.

1.2.2. Internacional.

Según Hedley Bull (1977) conocido por su trabajo en el campo del pluralismo y el orden internacional. Para él, lo internacional alude a la coexistencia de numerosos actores, como Estados, entidades internacionales y grupos transnacionales, en un sistema global. Este enfoque considera la complejidad de las interacciones internacionales en el mundo contemporáneo.

Por otra parte, Antonio Gramsci (1935) un teórico italiano, desarrolló el concepto de hegemonía cultural. Según él, lo internacional no solo implica relaciones entre Estados, sino también la lucha por el control de ideas y los valores en el ámbito global.

1.2.3. Concentrado de maracuyá

Según el libro "Frutas Exóticas" de José Luis Zamora López:

El concentrado de maracuyá es un producto obtenido a partir de la extracción y reducción del jugo de maracuyá. Se realiza mediante un proceso de concentración que elimina la mayor parte del contenido acuoso del jugo, resultando en un líquido más espeso y concentrado en sabor.

1.2.4. Cultivo

Los cultivos nacen en relación al trabajo realizado por el hombre en tierras que serán utilizados para siembra de algún vegetal o especie vegetal. Entonces, los cultivos ameritan procesos que son utilizados para el crecimiento de alimentos relacionados con el consumo humano; es decir, simplificar la biodiversidad vegetal y sembrar por sectores, cierto tipo de vegetal para el consumo; no obstante, el monocultivo es necesario para simplificar la siembra y cosecha de un producto de consumo nacional o exportación, además, de brindar seguridad alimentaria para la población por los diversos tipos de plagas existentes en los cultivos, asimismo, evitar la destrucción del suelo por el uso excesivo y variado de productos químicos. (Tamayo y Alegre, 2021).

Ante lo anterior mencionado, los diversos tipos de vegetales existentes han generado que productores sectoricen o se enfoque en sectorizar la siembra de vegetales para no tener diversidad, y evitar la destrucción del suelo. En relación con el maracuyá, la siembra para ciertos productores ha sido beneficioso, debido a, los diferentes tipos de usos que presta este tipo de vegetal, desde la obtención de aceite hasta la producción de jugo natural. Por tal motivo, el aprovechamiento de las semillas del maracuyá es un factor importante en el mundo empresarial o productor, con el objetivo de obtener beneficios económicos por productos cosméticos. (Proaño et al., 2020).

Notablemente, en Ecuador el número productores de maracuyá se ha reducido en un 1.61 ton/ha en promedio, según el INEC, donde la productividad media del maracuyá era de 8.6 ton/ha en el año 2002, en relación al 2022, donde la media es de 6.91 ton/ha. Esto quiere decir, hay un decrecimiento en producción por hectáreas. Pero, esto no es retroceso para los productores, debido a que, los lazos comerciales y las variedades que se puede obtener del maracuyá, ha permitido que este mercado, vaya aumentando y teniendo mejor aceptación en los productores ecuatorianos. Cabe indicar, este tipo de vegetal está en su apogeo de expansión por los acuerdos comerciales.

1.2.5. Origen y botánica del maracuyá

El maracuyá es un fruto del reino vegetal que tiene un gran impacto en la actividad productiva para el consumo humano, donde dicho fruto es empleado en diversos aspectos, sea en alimentación o en cosméticos, como ejemplos esenciales de este. Pero, es necesario destacar el origen de dicho fruto, donde este fruto tiene nacimiento en Brasil, país que es uno de los mayores productores de maracuyá. En Ecuador fue introducido en el año 1936, y hasta la fecha se sigue sembrando y cosechando, no solo para consumo nacional, sino también internacional.

Con respecto al origen del maracuyá, los nativos o indígenas brasileño la bautizaron con el nombre “*maraiú-ya*”, derivado del término “*marahu*”, que a su vez proviene de la palabra “*maraiú*”, que se traduce como “cosa que se come de sorbo”. Con el paso del tiempo, esta palabra se fue degenerando, por lo que en la actualidad se conoce como *maracujá* en el idioma portugués o maracuyá hablado en español. (Cañizares & Jaramillo, 2015).

El maracuyá es una fruta o vegetal que forma parte de la misma familia (*passifloracea*) de la curuba, badea y granadilla, debido a que, tiene analogías en su crecimiento vegetativo y flor. A nivel mundial, a este tipo de plata (maracuyá) se la

conoce de diversas maneras, desde parcha en Puerto Rico, hasta *Passion Fruit* en países de habla inglesa, por lo que, su nombre no es universal.

El maracuyá es una planta de tallo cilíndrico de color verde y es de tamaño medianamente grande. Esta es una planta trepadora y sus flores son atractivas para los polinizadores, solitarias en los puntos de unión de las hojas de cinco cm de espesor. Hay cinco estambres compuestos en el androceo, donde sus hebras están desprendidas y se unen debajo de la base del ovario, además de ser de color verde amarillento. El pistilo contiene un ovario color amarillo y ovoide. La flor contiene las brácteas verdes bien desarrolladas. La futa que brinda esta planta puede ser de color amarillo (*Passiflora edulis f. flavicarpa* Degener) o morado (*Passiflora edulis f. purpurea*), y su corteza es dura y *pericarpo*, además de contener muchas semillas en su interior. (Cañizares & Jaramillo, 2015).

Tipos de maracuyá

El maracuyá es un tipo de vegetal de consumo humano que pueden ser de dos tipos de colores, amarillo que tiene de nombre técnico "*Passiflora edulis f. flavicarpa*" y de color morado que tiene por nombre técnico de *Passiflora edulis f. purpurea*.

- **Maracuyá amarillo:** Este tipo de maracuyá es una de las especies frutales que son comúnmente sembrados para uso industrial, debido a su contenido nutricional y brindar mayor proporción de contenido, por ello, esta se siembra en entornos tropicales inclusive en zonas no mayor a 1.500 m sobre el nivel del mar. (Ocampo et al., 2022). Este tipo de planta es voluble, perenne de crecimiento vigoroso y trepadora. La fruta posee un exocarpo duro, fibroso y brillante, con una corteza gruesa y dura, además de contener semillas en su interior, las cuales son de color negro oscuras y la pulpa es ácida. (Salinas et al., 2022).

1.2.6. **Maracuyá Morada:** Del género *Passiflora*, la cual, se la conoce también como fruta de la pasión púrpura. Esta posee una forma esférica con una corteza es lisa y firme, con colores verdes claros en su etapa de crecimiento a púrpura oscura en la etapa de cosecha. Contiene en el interior semillas de color negro, las cuales están recubiertas con arillos amarillo a naranja, donde estos arillos son la pulpa de la fruta, además de tener un promedio de peso de 90 a 110 g, debido a que, en comparación a los maracuyás de color amarillo, son más pequeños. (Salinas et al., 2022). La característica esencial de este

fruto es el tiempo de recolección o cosecha, ya que la planta puede sufrir traumatismos, por lo que puede sufrir daños y morir.

1.2.7. Fruto

El maracuyá es un fruto de baya globosa que adquiere un color que va desde el rojo intenso hasta amarillo cuando llega al punto de maduración en el caso de "*Passiflora edulis f flavicarpa Degener*" y de color verde a morado o púrpura cuando madura en el maracuyá purpura". El maracuyá de color amarillo es de mayor producción debido a su tamaño y contenido, con relación a las de color morado, además, de que la primera tiene mayor tamaño. El fruto consta de tres partes los cuales son el exocarpio (corteza o cáscara), mesocarpio (parte porosa y blanca que esta debajo de la corteza) y endocarpio (envoltura de las semillas de color pardo oscuro). El jugo del maracuyá es muy ácido y aromático, además de contener un sabor agradable a los gustos salivales.

1.2.8. Usos y propiedades del maracuyá

El maracuyá es un tipo de fruto que tiene características variables como de uso alimenticio o de salud, siendo en la industria cosmética donde tiene un mayor impacto en la actualidad, debido a, los beneficios antioxidantes que brinda dicho fruto. En un estudio realizado por Enríquez et al. (2020) indican que el maracuyá contiene 1.36 g de vitamina C, 765.1 de compuestos fenólicos y 25.10 de carotenoides, donde dichos valores son compuestos bioactivos o propiedades que brinda el maracuyá para la salud. Además, mencionan que esta fruta contiene una alta cantidad de actividades inhibitorias, siendo el metanólico uno de los antioxidantes más potentes para la reducción de vejez en la piel. Sin embargo, en otro estudio realizado por Molina et al. (2019) muestran resultados exaltantes de beneficios del maracuyá, como la reducción de contraer enfermedades cardiovasculares, reducción de desarrollo de cáncer, mejora del gastrointestinal y digestión de los lípidos que ayudan a controlar el peso.

El uso del maracuyá siempre dependerá de las industrias, debido a la transformación que se le quiera aplicar por parte de estos, desde el consumo primario en el hogar sin transformación de la fruta, hasta el uso en la piel o fines de control de salud. Por ello, es esencial conocer el mercado del maracuyá, y los beneficios a obtenerse dentro de este ámbito, y lograr la obtención de reconocimiento empresarial por los productores. En esencial, es de carácter primordial conocer las necesidades de un mercado y brinda el producto (maracuyá) para suplir dicha demanda comercial.

1.2.9. Siembra y cosecha de fruta

El cultivo de maracuyá tiene una característica única y es la de ser una planta trepadora. La altura de esta planta puede llegar a ser hasta de 9 metros de altura, siempre y cuando las condiciones tanto de clima como el lugar de desarrollo del mismo. Por ello, para ser productor de dicho fruto, se debe considerar la zona, la cual es tropical, tipo de terreno y los diversos productos a usarse para el desarrollo y crecimiento del mismo. Es necesario, que la planta de maracuyá tenga contacto directo con la luz solar; es decir, esta planta requiere de mucha luz solar para realizar una floración de forma adecuada. (El productor, 2017).

La gran importancia de escoger una región adecuada permitirá una gran producción y cosecha de maracuyá, debido a que, zonas muy lluviosas o zonas con mucha sequía, son zonas no adecuadas para la producción de maracuyá. Por lo tanto, la selección del clima y terreno depende demasiado del impacto que tendrá la producción de una planta de maracuyá, por ello, un terreno bien drenado y con un riego adecuado, permitirán una cosecha de gran impacto productivo. Es esencial, que el lugar donde se desarrollada la planta tenga objetos donde puede agarrarse o treparse para el crecimiento pertinente de la planta.

De hecho, el maracuyá es una variedad que se difunde por sus semillas, debido a que, es la de mayor impacto para un crecimiento o desarrollo adecuado de la planta, por ello, es fundamental obtener semillas certificadas para maximizar la germinación y un crecimiento idóneo. Cuando se usa el tipo de propagación tipo injerto, no es recomendable, debido al retraso del proceso de desarrollo y producción del fruto. (Brugnara et al., 2018).

Por otra parte, la cosecha es el proceso de recolectar la fruta que ha sido sembrado en cierto período de tiempo y ya ha cumplido el ciclo de desarrollo y ha llegado al punto de recolección para el respectivo consumo. No obstante, no es distinto el proceso de siembra y cosecha entre una fruta y otro, debido a que cada planta tiene su periodo de reproducción. Por lo tanto, en el ámbito del maracuyá, la cosecha se realiza de 60 a 70 días después de la polinización y la recolección debe ser inmediata y sin intervalos de días. (Quicornac, 2021).

El rendimiento de frutos por planta de maracuyá siempre dependerá de las variables agroclimáticas como temperatura, humedad, precipitación, viento, luz solar, radiación, entre otros, donde dichas variables no se pueden controlar y afectan

directamente al rendimiento de la planta de maracuyá, por ello, el agricultor debe planificar las fechas de siembra, fertilización y cosecha de la fruta, en base a datos técnicos brindados por científicos meteorológicos. (Ramírez y Potes, 2019). Entonces, las variables climatológicas son un factor de gran consideración por parte de los agricultores, con el fin de tener una siembra y cosecha en gran magnitud.

1.2.10. Producción

La producción es la actividad de aprovechar los recursos y materia prima para elaborar o desarrollar un producto o un servicio con el fin de comercializar en un segmento de mercado para satisfacer la necesidad que se ha detectado. Por ello, generar productos sea de primera necesidad o de consumo nominal, debe basarse en las necesidades determinadas por los consumidores, por ende, relacionar el consumo con la producción es esencial para una organización, debido a que la sobreproducción puede acarrear pérdidas por el estancamiento de productos y la producción inferior de la demanda, no puede traer consigo pérdidas, además de no cubrir la necesidad presentada en el mercado. Por otra parte, los sistemas en relación a la gestión de calidad permiten tener influencia en la toma de decisiones en los niveles de productividad, por lo que impactará de forma directa una correcta gestión. (Fontalvo et al., 2018).

En la medida que la demanda aumenta, la producción igual, por lo que, contar con factores de producción idóneos, permitirá suplir todas las necesidades que podría presentarse en un mercado. Los factores de producción son tierra, trabajo, capital y tecnología para la elaboración de productos o servicios. Por tal motivo, el sector alimenticio como el del maracuyá, deben tener estos factores presentes en su organización para cumplir con la producción demandada en el mercado. En todo caso, un bien de valor social requiere de procesos industriales para lograr dicho objetivo, por lo cual, es fundamental considerar factores como modernización tecnológica, concentración de actividades y capital, deben ser lo primordial a considerar para la producción de un producto, además de adoptar estrategias de producción para reducir costos y maximizar ganancias. (Meleán y Nava, 2007).

1.2.11. Comercialización internacional de concentrado de maracuyá.

Partiendo de las teorías de Durán y Alcívar, Hedley Bull, Antonio Gramsci, se puede decir que, la comercialización internacional de concentrado de maracuyá implica todas las acciones y estrategias necesarias para llevar este producto al mercado extranjero, maximizando su aceptación y rentabilidad en mercados extranjeros.

1.2.12. Exportación

Las exportaciones implican la comercialización de bienes o servicios a un destino u mercado que no sea local; es decir mercado internacional. Es menester indicar, Ecuador es un país exportador de productos de primera necesidad o productos en su estado natural, donde dicha actividad permite el ingreso de divisas y, con ello crecimiento económico. Entonces, la exportación permite a un país no limitarse en ventas a nivel local, y aprovecha el mercado internacional para ofertar los productos, lo que genera mayores ingresos y oportunidad de expansión.

Por ello, las estrategias comerciales y los acuerdos internacionales comerciales con otros países, permite a un país productor, intercambiar bienes y servicios para obtener ingresos, además del reconocimiento de la marca comercial. Por, ello, es de gran importancia los convenios comerciales y políticos para el crecimiento económico. En Ecuador, exportar productos en una actividad de gran impacto en la economía nacional, debido a la venta de productos al exterior, con ello permitir el ingreso de divisas al mercado. Por lo tanto, exportar frutas (vegetal) es una alternativa que tiene las familias para obtener ingresos, por lo que, el apoyo a los agricultores es un punto de inflexión por parte de los gobiernos, gracias a los cambios de estructuras modernas de producción (Moreno et al., 2019).

1.2.13. Importación

La importación implica la adquisición de bienes a un país extranjero para ofrecer estos en el mercado local, por ello, es indispensable que los convenios comerciales se efectúen entre países comerciantes, debido a que, estos permiten que un bien o servicio ingresen en un mercado sin valor adicional, como es el caso de los aranceles, porque, estos aumentan el costo del producto y, con ello, no lograr una competencia equitativa ante productos locales.

El argumento de (Thomas y Grosse 2005, citado en Tejeda et al., 2019) es que las importaciones se originan por la escasez de ciertos productos o por la escasez de productos en el mercado de un país, por ello, que cierto sector comercial, se dedican a la importación de productos para lograr suplir la escasez de ciertos productos no ofertados. Pero, no solamente la escasez genera el nacimiento de las importaciones, también factores como el costo internacional de la mercancía, calidad, disponibilidad del producto. Entonces, muchos son los factores se originan las importaciones y, con ello, lograr satisfacer a los consumidores que requieren cierto tipo de producto en especial o estándar.

1.2.14. Intermediarios

Los intermediarios son las organización o personas que conectan dos o más agentes para intercambiar algo o llevar un producto desde el fabricante hasta el consumidos. Estos se originan por la búsqueda de reducir costos por parte de la empresa primaria o productora. Por ello, un intermediario es importante por la capacidad que tiene por emplear lazos de comunicación entre personas u organización que no han podido llegar a tener comunicación. Por lo tanto, estos son muy importante en la cadena de valor de una organización, porque eliminan los rubros de costos por distribución. Estos no solo participan en la comercialización de productos entre un consumidos y un ofertante, sino que ayudan a reducir los tiempos de entrega de un producto, además de imponer precios en la venta de cierto producto. (Acosta et al., 2021).

Desde luego, un intermediario no solamente desempeña el papel de mediador o empresa que permite la llegada del producto al consumidor, sino que desempeña funciones como transporte físico del producto, promociones estratégicas y servicios adicionales como entrega hasta el lugar establecido por el consumidor Coronel et al. (2023). Por otra parte, la finalidad de un intermediario es lograr captar clientes para vender los productos que adquiere y lograr beneficios económicos.

Por otra parte, a los intermediarios se los puede considerar dentro de las estrategias comerciales por parte de una organización, debido a la captación de consumidores que acarrearían los productores; es decir, el mercado se expande y los productos llegarían a más consumidores, por lo que, los intermediarios también se considerarían consumidores que garantizan la venta de los productos, por la gestión realizada por parte de estos Canedo (2019).

1.2.15. Acuerdo comercial

Un acuerdo comercial es la relación que se forma entre dos partes que fijan un consenso para el intercambio de productos; es decir, el acuerdo comercial tiene por propósito el comercio de productos y servicios entre dos naciones comerciantes, con el fin de ofertar los productos dentro del mercado local del país que realiza y firma el convenio. Entonces, un acuerdo comercial, siempre será una gran oportunidad para los productores de un país, debido a la ocasión que se presenta para ofertar productos en otro mercado diferente al local o nacional.

Un gran ejemplo de beneficio comercial para el Ecuador es el convenio con la Unión Europea (UE), donde dicho convenio ha representado un incremento del 12% en

el año 2017 con relación al año 2016, por lo que, este consenso comercial ha abierto una gran oportunidad para dar a conocer los productos ecuatoriano en el extranjero y a precio asequibles. (Cevallos et al., 2018).

Entonces, podremos decir, que los acuerdos comerciales con la unión europea han representado una relación beneficiosa para el país, Ecuador, donde exportar productos ecuatorianos al mercado extranjero, permite ingresos económicos para el país y, con ello tener estabilidad económica por la circulación de dinero.

1.3. Caracterización gnoseológicamente la gestión de factibilidad

1.3.1. Gestión

Gestión son los procedimientos aplicados para la realización de una tarea con el fin de cumplir los planteado por parte de las personas interesadas en plasmar un plan estratégico. Por ello, una gestión siempre visualiza la viabilidad de un proyecto que se pretende realizar y enmarca un plan estratégico para lograr una adaptación y crecimiento en el mercado que se pretende introducir una empresa. Normalmente, toda gestión siempre se basa en una estrategia de mercado para lograr cumplir las pretensiones de una empresa, por la captación de clientes que permitirán obtener beneficios económicos por el intercambio de intereses de mercado.

Es necesario, siempre seguir de cerca un plan estratégico empleado, desde que se inicia con la ejecución de los lineamientos planteados hasta el respectivo cierre del mismo. Por ello, una buena gestión permitirá lograr los objetivos que pretende conseguir una organización, por lo cual, el seguimiento en la gestión de todo plan conlleva en el lograr positivo de un plan estratégico. Entonces, una gestión comercial está marcada por la incidencia que lograr obtener en la consecución de los objetivos y esta actividad permite realizar el estudio del mercado, así como la colocación de disposición del cliente en relación a los productos ofertados. (Perdigón, 2020).

1.3.2. Factibilidad

Factibilidad es la existencia de disponer recursos para llevar a cabo las propuestas planteadas por parte de una empresa; es decir, cumplir con los objetivos trazados, siempre tomando en cuenta si se tiene los recursos necesarios para poder realizar un proyecto. La factibilidad económica permite conocer si se cuenta con capital para plasmar la idea de mercado, además de conocer si se recuperará la inversión a realizarse, asimismo del riesgo que se asume al implementar el proyecto.

Una factibilidad es el estudio de mercado, donde se pretende conocer el mercado y el movimiento que se genera dentro de este, para no tener problemas de identificación de las amenazas que se podrían llegar a presentar en la marcha del negocio; por tal motivo, una análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidad y Amenazas), generará un mayor entendimiento para las personas interesadas en la incursión dentro del mercado comercial, por ello, elaborar herramientas de análisis de mercado, permitirá conocer más la realidad del movimiento del mercado y los proceso a tomar por parte de las empresa. (Angamarca et al., 2022).

1.3.2.1. Gestión de factibilidad

En base a lo anterior se puede decir que, la gestión de factibilidad se refiere al procedimiento que determina la posibilidad ejecutar un proyecto o plan estratégico. Esta evolución implica analizar si se cuentan con los recursos necesarios, tanto económicos como operativos, para cumplir con los objetivos planteados.

En otras palabras, la gestión de factibilidad implica la realización de un estudio exhaustivo que comprende aspectos como la disponibilidad de capital, el riesgo asociado al proyecto, análisis exhaustivo de mercado, y la valoración en cuanto si el proyecto es realista y alcanzable.

1.3.3. Economía

La economía estudia el movimiento del dinero dentro de un país; es decir, permite estudiar la fabricación, comercialización, distribución y uso de productos ya sean productos y servicios ofertados en un entorno comercial. Por ello, la economía depende de los factores antes mencionados. Una economía estable siempre dependerá del movimiento del mercado, debido a que, si los productos o servicios ofertados no son consumidos, los ingresos serán bajo y acarrearía problemas económicos internos en el país. En contexto, esta estudia los procesos vinculados dentro de una sociedad y los sucesos que se generan por la evolución e innovación del mercado dentro de los entornos económicos. (Pons, 2022).

Por otra parte, esta disciplina como muchos considera a la economía, se ocupa de los problemas generados en la sociedad, debido al estudio realizado al mercado y el movimiento existente, con el fin de realización datos comparativos en un intervalo de tiempo y otro. En un país, estadísticas económicas negativas, necesitan un plan económico de mejoramiento a corto y largo plazo para enfrentar los problemas suscitados

en ciertos periodos, por ello, la tarea del economista dentro de un país es ayudar a la sociedad a sobrellevar el presente para mejorar en el futuro. (Galbraith, 2022).

Entonces se puede decir, la economía recaba los datos del movimiento del mercado económico y velar que este no tenga problemas de oferta y demanda, debido a que, pueden acarrear problemas de inestabilidad económica y, con ello, pánico en la ciudadanía, por lo que, es necesario que toda economía tenga políticas económicas para buscar alternativas de mejorar en el mercado.

1.3.4. Mercado

Mercado es conocido como el lugar donde ocurren intercambios comerciales de compra y venta por parte de la empresa con los consumidores; es decir, es el lugar donde hay un intercambio de un producto a cambio de dinero. Es necesario indicar, para que se dé una transacción, debe existir un comprador y un vendedor para que se origine el movimiento mercantil, por ende, ante la existencia de intereses contrarios, nace el intercambio.

En efecto, en un mercado se desarrollan actividades donde se demandan productos que son de interés de los consumidores y la empresa a cambio perciben dinero, lo cual, es el beneficio económico recibido por la necesidad que se ha originado y esta lo ha suplido. La composición de un mercado siempre se basa en tres factores importantes los cuales son:

- Sujetos que realicen la transacción comercial,
- Contrato mercantil.
- Conexión de mercado en una comunidad Tomás et al. (2020)

Ante lo mencionado, se puede decir que mercado constituye una sociabilización entre en ofertante y demandante, los cuales tienen intereses de intercambio, el comprador de obtener o suplir una necesidad existente y el vendedor de obtener beneficio económico por la satisfacción de remediar la necesidad que se ha creado por la demanda de un producto. Entonces, la sociedad es importante para la existencia del mercado, debido a que, estos son los demandantes de productos y necesitan suplir dicha necesidad.

1.3.5. Competencia

La competencia es la situación suscitada dentro de un mercado, por la competitividad originada por el lograr de obtener beneficios. Una competencia nace por la necesidad de captar compradores debido a la amplia gama de productos afines y en un

mismo espacio de mercado. Toda competencia permite mejorar la calidad de productos, por lo que, esto acarrearía una mejor aceptación por parte de los consumidores.

Entonces, ofertar un producto similar a otra empresa, en el mismo segmento y zona geográfica, origina competencia entre las empresas, por lo que, tratar de suplir las necesidades de los consumidores, es un factor fundamental para toda empresa, debido a que, la aceptación de dichos productos por los consumidores, permiten determinar la acogida que tiene una empresa en el mercado que se ha insertado.

Por otra parte, para tener una mayor acogida en el mercado en el mundo actual, la innovación juega un papel crucial para ofertar productos, por la novedad llamativa que trae consigo el producto. Por tal motivo, la innovación es de gran relevancia, por la competitividad que pueden presentar los productos. (Díaz et al., 2019). Innovación es sinónimo de producto llamativo, por el valor agregado que se le da al producto para ser atractivo para el consumidor.

1.3.6. Demanda

La demanda dentro de un mercado se origina por la necesidad que tiene la sociedad en el consumo de un producto en particular, por tal motivo, un comprador es un demandante de productos, el cual está dispuesta a intercambiar el dinero que tiene por un producto de necesidad. Cabe indicar que, un incremento en los costos de productos traería consigo una disminución en la cantidad que demandan los consumidores.

Es esencial, siempre tener presente que los cambios en los ingresos por parte de los consumidores, será un factor determinante en la compra u obtención de un producto en el mercado, por lo cual, toda empresa debe tener en cuenta este factor al momento de fijar precios. Entonces, en un mercado la prioridad siempre será satisfacer la demanda de bienes y servicios para cubrir necesidades, pero, una innovación atractiva en un producto impactará al consumidor, por tal motivo, dicho valor agregado va más allá de satisfacer una necesidad, debido al deseo del ser humano por adquirir un producto llamativo. (Rojo et al., 2019).

En general, una demanda de productos siempre será importante para un productor u organización, debido a la necesidad por parte del comprador de adquirir productos de permitan suplir las necesidades que se le han originado. Los consumidores siempre serán un punto clave para la existencia de una empresa en un mercado.

1.3.7. Oferta

La oferta es la acción de exhibir productos en un mercado con el objetivo de obtener beneficios económicos mediante su venta. Estas ventas se originan por las necesidades que surgen en el mercado; es decir, los compradores necesitan suplir una necesidad que le ha surgido. Entonces, la satisfacción o cese de necesidades en los consumidores, es el fin de las organizaciones en la industria comercial.

En economía, la oferta se considera como el lugar donde se ofrecen bienes o servicios a una cuantía, por retribución a la venta del producto; es decir, se origina un intercambio de intereses, Por ello, ofertar bienes o servicios por parte de los productos en un mercado y en un momento dado, genera la atracción por parte de los consumidores de adquirir cierto producto a un precio determinado. (De Jesus et al., 2008).

Por otra parte, (Baca 2010, citado por Carrillo et al., 2022, p. 813) infiere como a la disponibilidad de productos o servicios ofertados por empresas en un sinnúmero de mercados a clientes que buscan productos para suplir una necesidad que se le ha generado. Además, estos autores mencionan que la oferta se clasifica en:

- Oferta competitiva: Libre competencia
- Oferta Oligopólica: Grupo reducido de oferentes
- Oferta monopólica: Productos ofertados por un solo oferente.

1.3.7. Ingresos económicos

Los ingresos económicos son las retribuciones que perciben una persona o entidad por proveer un servicio o por la comercialización de bienes. Los ingresos siempre representan los beneficios que ingresan a las arcas sea de una entidad o persona y, esto pasa a formar parte del presupuesto. Los ingresos económicos son fruto de las actividades comerciales o profesionales. Es menester señalar, los ingresos permiten determinar la capacidad de vida de una persona o la salud comercial que tiene el mercado de un país.

Los ingresos económicos personales siempre dependerán de la relación laboral que tiene una persona con una entidad comercial, además de las horas trabajadas, donde esta última repercute en esencia el valor que percibirá una persona como sueldo. Por otra parte, los ingresos económicos percibidos por parte de una entidad, siempre dependerá de la acogida del producto en un mercado; es decir, la demanda que presenta el mercado, por el origen de una necesidad de consumo por parte de los compradores Arévalo (2021).

Los ingresos económicos pueden originarse de diversos tipos como son los siguientes:

- Ingresos fijos: Estos se origina por la prestación de un servicio a una entidad o por los servicios de un arrendamiento comercial. Los ingresos fijos siempre se perciben de forma constante y son mayores que los gastos.
- Ingresos variables: Los ingresos variables nacen de acuerdo a los sucesos que generan las ventas de productos, por lo cual son difíciles de presupuestar. Los ingresos variables ocurren no son constantes y dependen del movimiento del mercado.
- Ingresos esporádicos: Estos ingresos son una mezcla de lo fijo y lo variable, lo que ocasiona que presupuestar estos ingresos son difíciles. En esencial, estos ingresos generan incertidumbre a una empresa por la falta de ingresos para seguir con el negocio, asimismo a una persona para poder solventar los gastos familiares.

1.3.7.1. Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto es un indicador que permite conocer el incremento, desarrollo o decrecimiento económico de una nación, por lo que, un estudio del mercado económico permitirá obtener información sobre si el país está en retroceso económico o incremento económico. Entonces, un crecimiento económico refleja aumento en la fabricación de productos o servicios dentro de un tiempo determinado, asimismo un decrecimiento económico, refleja que las políticas económicas no están siendo aplicadas de forma correcta y, por ende, trae consigo recesión económica y desafíos en las relaciones sociales y familiares de las personas. (Guzmán et al., 2022).

En Ecuador, en un porcentaje considerable, la exportación representa en gran medida un rubro significativo en la economía, por lo que, dentro del PIB se considera la exportación para obtener si la economía está en ascenso o descenso. Entonces, la economía ecuatoriana en tiempo de pandemia tuvo una recesión económica muy significativa debido a los cierres de fronteras de los países que consumen productos ecuatorianos, por ende, el PIB presento descenso en los puntos porcentuales.

Al término del año 2021, las exportaciones al mercado internacional representan en gran medida, un rubro importante en el PIB. Pero, dentro del mercado del maracuyá y la exportación de dicho producto al mercado Alemania, representan un 0.50% del total de productos importados por dicho país, según el Observatorio de Complejidad Económica. Por otra parte, según el observatorio antes mencionado, entre el año 2009 y 2019, el total de productos exportados a Alemania representó un 14.1% de incremento al PIB.

1.4. Valoración actual de las exportaciones de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia el mercado de Alemania en 2023.

Ecuador es uno de los países con mayor exportación de maracuyá, por lo que es muy importante conocer los beneficios y características que se presta, para obtener el mayor provecho del fruto; usar de forma eficiente y eficaz todo el producto y no desperdiciar los residuos que quedan al extraer la pulpa o contenido de la fruta.

Por ello, aprovechar los residuos de esta fruta es una gran oportunidad para la comunidad productora, donde se consume la pulpa, la cascara y semilla, pero en artículos transformados para consumo o uso en la salud. Por ello, los autores Rojas et al. (2021) indican que entre la cascara y las semillas del maracuyá representan un 41% del peso total del maracuyá, donde estos residuos pueden usarse para la elaboración de artículos de salud y productos de cuidado personal y estéticos.

Indudablemente, el maracuyá es una fruta importante en el ámbito comercial y consumista, por los usos y aplicaciones que se le pueden dar, tanto en el consumo diario alimentario como en la salud. Entonces, el aprovechar de forma correcta el 99% del fruto, es un factor de gran preponderancia en el ámbito productor.

Desde luego, el ámbito productivo del maracuyá se encuentra en un crecimiento, debido a la introducción en el mercado de nuevos productores para cubrir la necesidad local, eso lo indican Quiñonez y Zea (2022) en su trabajo titulado “Cadena de valor de las exportaciones de maracuyá en Ecuador: diagnóstico 2015-2019”. No obstante, estos nuevos productores de maracuyá han permitido que la demanda de esta fruta se supla, además de obtener beneficios económicos por las ofertas de mercancías en el sector comercial. Entonces, el concentrado de maracuyá, transformación de la pulpa, extracción de aceite, entre otras propiedades del maracuyá, han permitido un crecimiento de productores en este mercado. Por otra parte, la exportación del maracuyá en diversos países del exterior siempre dependerá de las relaciones comerciales internacionales, con el fin de poder competir alrededor de precios asequibles con productos similares.

Las exportaciones en Ecuador aumentan según la cámara marítima del Ecuador, donde infiere que, en el año 2022, el país exportó entre enero y septiembre del 2022 un total de 2.192 toneladas, dando un ingreso económico por un valor de 807 mil dólares, pero este rubro solamente representa al producto de maracuyá fresca, debido a que, este producto congelado se exportaron 1.802 toneladas por un valor de 4.3 millones de dólares. (Camae, 2022).

Por otra parte, el maracuyá es un fruto con muchas propiedades y beneficios, desde saciar una necesidad fisiológica del ser humano, hasta el cuidado de la salud del mismo, por ello, aparte de las exportaciones de la pulpa de maracuyá que abarca el 60% en cuanto a la fruta, se debe aprovechar el 40% restante para extraer nutrientes que sean fuente de elaboración de productos indispensables para la salud o estética humana. En relación a lo anterior, una investigación realizada en el 2018 por Urango, Ortega, Vélez y Pérez difirieron en que la cáscara del maracuyá es un recurso con grandes cantidades de pectina, la cual es usada para la elaboración de mermeladas, jaleas, entre otros, siendo productos alimenticios que son en gran medida consumida por las personas. Por ello, es indispensable aprovechar el fruto y lograr sacar el máximo beneficio.

En general, es indispensable conocer todos los beneficios que puede brindar un fruto o vegetal para obtener el máximo provecho posibles, debido a que, una organización no solo se centraría en obtener un solo provecho, sino en producir diversas variedades del mismo y poder exportarlo a países que tiene acuerdos comerciales con el Ecuador. Entonces, un mercado como Alemania, país que el 2019, fue uno de los países que mayor producto ecuatoriano importa, ofrecerle variedades, permitirá tener mayor rentabilidad económica, además, de exhibir productos ecuatorianos, que generen atracción. Por ello, celebrar acuerdos comerciales con países, es un factor importante para competir con precios internacionales.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación.

La investigación sobre la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023 de acuerdo a su finalidad es aplicada, debido a que dará solución a la problemática planteada para conseguir la exportación de concentrado de maracuyá hacia el mercado Alemania, en base a su objetivo gnoseológico es explicativa, de conformidad con el lugar o contexto es de campo, conforme al control de las variables es una investigación experimental puesto que, altera la variable independiente para examinar su impacto en la variable dependiente, por último en términos de nivel de generalidad se estudia una situación específica.

2.2. Paradigma o perspectiva general.

De acuerdo al tipo de paradigma asociada con las exportaciones de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023, se desarrolla desde un paradigma cuantitativo, lo cual se estudiará datos obtenidos tales como el estudio de documento, de acuerdo a esto permitirá comprender el enfoque del estudio.

2.3. Población y muestra.

En el presente estudio se investiga la factibilidad para la exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriana hacia el mercado del país de Alemania en el año 2023, es por ello que la unidad de análisis se considera el consumo de concentrado de maracuyá.

2.4. Métodos teóricos.

El termino métodos de investigación como técnica específica hace referencia a las diversas maneras en que el investigador puede relacionarse con el objeto de estudio. La elección de métodos en el proceso de investigación es amplia y diversa y en última instancia, está determinada por el objeto de estudio. Cada uno de los métodos de investigación contribuye al descubrimiento y perfeccionamiento del conocimiento sobre la realidad, presentando en sí mismo un enfoque particular hacia el objeto de estudio. Esta diversidad de enfoques puede resultar en distintos criterios de clasificación.

El estudio presenta los siguientes métodos teóricos:

2.4.1. Histórico - Lógico

Este enfoque se implementó debido a que el análisis de la información histórica permitió mostrar los antecedentes del tema de estudio, identificando cómo ha

evolucionado la viabilidad del proceso de exportación de maracuyá ecuatoriana, en relación con la posibilidad de exportarla al mercado de Alemania. A través de esta información, se presentó de manera lógica, otorgando coherencia a los datos recopilados y orientándolos conforme al contexto de la investigación.

2.4.2. Método Analítico – Sintético e Inductivo – Deductivo

En el proceso de exportación de concentrado de maracuyá, se efectuó la caracterización gnoseológica de la gestión de factibilidad, con el propósito de examinar la situación actual de la viabilidad de la exportación de concentrado maracuyá en el 2023.

2.4.3. Método Hipotético – Deductivo

Este enfoque se aplicó a lo largo de la investigación, desde la fundamentación del problema científico relacionado con la producción de frutas para la exportación en Ecuador, hasta la consideración aspectos legales para la exportación de concentrado de maracuyá, y culminando en la formulación de conclusiones basadas en la confirmación del fortalecimiento de dichas exportaciones.

2.4.4. Método de Abstracción - Concreción

A partir la valoración de la situación actual de las exportaciones de maracuyá a través del estudio de su comercialización internacional, hasta la construcción de un marco teórico sobre la gestión de factibilidad para exportar maracuyá hacia Alemania, la fundamentación y desarrollo de un estudio de factibilidad permiten analizar los elementos teóricos, las tendencias y las concepciones epistemológicas asumidas, evaluando el estado actual de la exportación de maracuyá en el mercado internacional. Así mismo, se establece la influencia comercial y legal en la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá al mercado Alemania en el 2023.

2.4.5. Método sistémico

Se empleó para la elaboración del Estudio de factibilidad legal y de mercado para la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023.

2.5. Métodos empíricos.

Estos enfoques de investigación se fundamentaron en la recolección e interpretación de datos para obtener conclusiones o conocimientos de lo que se está investigando. Dicho esto, posteriormente mencionaré que el método en que se basa el presente trabajo con fines de titulación es mediante el estudio de documentos.

CAPÍTULO 3. APOORTE PRÁCTICO

3.1. Fundamentación teórica del aporte practico

En este capítulo se analizaron las informaciones obtenidas mediante los dispositivos de evaluación, con el objetivo de determinar la viabilidad de exportar concentrado de maracuyá a Alemania. Esto permitirá que Ecuador aumente su oferta exportable, al poder comercializar el producto en un país con una alta demanda de maracuyá, un fuerte poder adquisitivo y que ha estado comercializando este producto desde la década de 1990.

3.1.1. Fundamentación teórica de la investigación

El estudio de factibilidad proporcionará factores transcendentales para llevar a cabo la exportación de concentrado de maracuyá a Alemania. Al ingresar al mercado Alemania, se abrirá nuevas oportunidades para la exportación de este producto al mercado internacional. Esto es principalmente notable considerando que el maracuyá, conocida científicamente como *Passiflora edulis*, tiene un potencial característico en el mercado internacional. El análisis de viabilidad será primordial para comprender los requisitos y oportunidades que permitirán el éxito en la exportación de concentrado de este fruto a Alemania.

Componentes necesarios para realizar el estudio de factibilidad:

- Análisis del mercado ecuatoriano
- Análisis del mercado destino
- Análisis legal y regulatorio

3.2. Elaboración del aporte practico

3.2.1. Ficha técnica del producto

- **Usos potenciales de *Pasiflora Edulis***
 - **Alimenticio**

El concentrado se emplea en la preparación de bebidas, helados, sorbetes, dulces, mermeladas, pasteles y salsas

o **Envase**

El recipiente será el primer elemento que entra en contacto con la mercancía, con el propósito de protegerlo y facilitar su manipulación. En el caso del concentrado de maracuyá destinado al mercado alemán, se ha elegido un tipo de envase acorde a las preferencias de los consumidores. Se ha decidido utilizar bolsas flexibles de barrera de

nylon, fabricadas con polietileno de baja densidad. Estas bolsas son transparentes, lo que realza la apariencia tentadora y fresca del maracuyá congelado.

Ilustración 1

Envase y presentación del concentrado de maracuyá



Elaboración: Los autores

- **Medicinal**

Sedante (*alcaloide: cumarina*) y antidepresivo (*flavonoides* y la sustancia *Maltol*)

- **Condición alimentaria**

- Posee un contenido de azúcar que oscila entre el siete – trece por ciento.

- Abundante en Niacina, con una cantidad de 2,2 mg por cada 100 gramos.

- Contiene Vitamina A en una proporción de 2,4 mg.

- Es una excelente fuente de Vitamina B12, con 0,1 mg, así como de Vitamina C, con 30 mg, y Fosforo, con una cantidad que varía entre 12 - 24 mg.

- **Manufactura**

El fruto, ya sea para su venta en el mercado en su estado natural o para su procesamiento industrial, tiene que estar libre de pérdidas causados por bichos y no debe presentar manchas de ningún tipo, de esta forma, el concentrado de maracuyá se vende normalmente en los mercados internacionales como jugo simple con un contenido de azúcar de 15° Brix o como concentrado con un contenido de azúcar de 50° Brix. Por tal

razón, la producción de industrialización con el fin de elaborar concentrado o bebidas, luego se lleva a cabo varias fases que abarcan el lavado, corte, extracción del jugo, envasado y almacenaje. (Chacín, 2016).

3.2.1.1. Canal de distribución

Se empleará un canal de distribución indirecto para vender el producto en Alemania, ya que el concentrado de maracuyá se fabricará en Ecuador y se distribuirá en Alemania a través de un intermediario encargado de llevar el producto al consumidor final. La mayor parte de estos clientes adquieren el concentrado de maracuyá en grandes cantidades para emplearlo en calidad de insumos en la elaboración de sus bebidas.

3.2.2. Análisis del mercado local

De acuerdo al “Boletín situacional cultivo de maracuyá” proporcionado por el MAG (2023) menciona que, en Ecuador la cultivación de maracuyá es de gran relevancia, debido a que comprende a la agricultura familiar, estas benefician a miles de productores. Lo que se traduce a que el mercado de maracuyá ecuatoriana presente una dinámica prometedora, respaldada por la posición destacada del país como productor y exportador de frutas tropicales de alta calidad. La calidad del suelo y el clima ecuatoriano son propicios para el cultivo de esta fruta, lo que permite dar lugar a una producción constante.

3.2.2.1. Producción de maracuyá

La aparición de la producción de maracuyá ofrece una nueva oportunidad para los agricultores, especialmente los de menor escala, de diversificar sus fuentes de ingresos. Actualmente, el costo de producción por kilogramo de maracuyá varía entre 0,17 y 0,22 centavos, dependiendo del grado de tecnificación del cultivo. Por otro lado, este mismo kilogramo puede venderse hasta en 0,52 centavos, lo que implica que el productor podría obtener hasta un 20% de beneficio, representando un margen mucho más alto que el de los cultivos más convencionales.

La cantidad de toneladas ha experimentado un aumento significativo, pasando de 36,017 toneladas en 2021 a 65,195 toneladas en 2022. La mayoría de las áreas de cultivo se ubican en las provincias de Manabí, Esmeraldas, Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas y Santa Elena. Los pequeños productores representan el 80% de los 6,800 agricultores que se dedican al cultivo de esta fruta exótica. El promedio, hay aproximadamente 9.437 hectáreas sembradas en el país. (Cheme, 2022).

3.2.2.2. Hectáreas por provincias productoras de maracuyá

Ecuador cuenta con un significativo cultivo de maracuyá, pero es importante mencionar a las principales provincias que se dedican a esta producción y las hectáreas sembradas.

Tabla 1

Hectáreas de maracuyá en Ecuador.

Provincia	Superficie (ha)
Manabí	2,702
Esmeraldas	2,516
El Oro	158
Guayas	578
Los Ríos	389
Santo Domingo de los Tsáchilas	830
Otras	521

Elaboración: Los autores

Nota: Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2022

Una razón por la cual Manabí sobresale en la producción de maracuyá en comparación con otras provincias de Ecuador, se debe en gran medida a las condiciones climáticas favorables que presenta el territorio. Manabí disfruta de un clima tropical cálido ideal para el cultivo de esta fruta, ya que el maracuyá necesita temperaturas cálidas y suelos bien drenados para desarrollarse de forma óptima.

3.2.2.3. Porcentaje de rendimiento

Considerando que el rendimiento por planta de maracuyá puede oscilar entre 300 y setecientos frutos al año, con un total de diez a quince kilogramos de frutos a través de plantas anualmente. El mismo se espera que la producción por hectárea alcana entre ocho y doce toneladas métricas, aunque, en cultivos modernizados se ha logrado alcanzar hasta treinta toneladas métricas, esa duración de un cultivo no supera los cinco periodos.

Ilustración 2.

Calendario de cosechas para maracuyá

CALENDARIO DE COSECHAS PARA MARACUYÁ											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
●	●	■	■	●	▲	▲	▲	▲	▲	●	▲
MEDIO	MEDIO	BAJO	BAJO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	MEDIO	ALTO

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

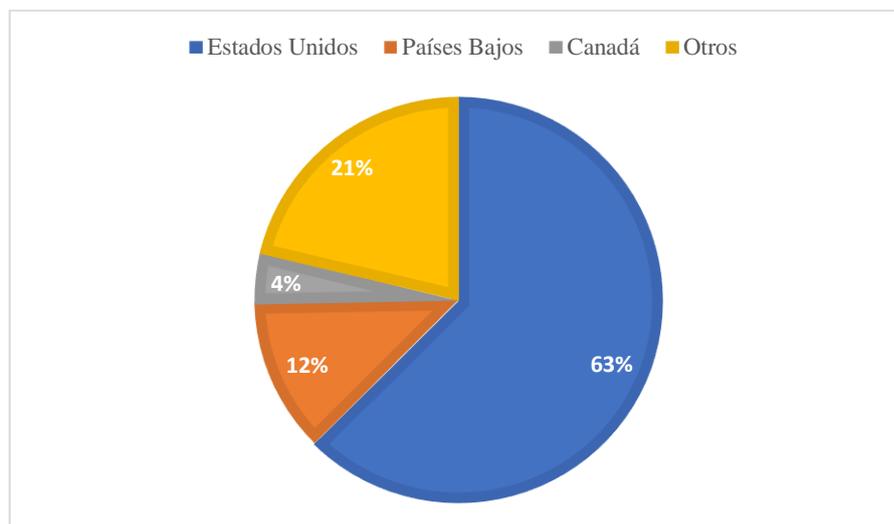
Nota: Aquella producción del cosechío es producida por varios factores, como condiciones climáticas, el suelo, la distancia entre las plantas al sembrarlas y los controles fitosanitarios. Se prevé que las plantaciones que producen entre ocho a 10 toneladas métricas por hectárea puedan aumentar en el segundo año a una producción entre 15 y 20 toneladas métricas, y disminuir a entre 12 y 14 toneladas métricas en el tercer año. Las densidades de siembra pueden variar entre 475 y 660 plantas por hectárea.

3.2.2.4. Exportaciones ecuatorianas de concentrado de maracuyá

En la actualidad, en lo que respecta al concentrado de maracuyá, los países a los que se exporta principalmente el concentrado de maracuyá son, Estados Unidos ligera con una presencia de 62,5% posteriormente cerca de países Bajos con doce con dos, Canadá con 4%.

Gráfico 1.

Principales destinos de exportación



Elaboración: Los autores

Fuente: Cámara marítima del Ecuador

Nota: Los mercados para la venta internacional de maracuyá, como Países Bajos, Holanda y Estados Unidos, son destinos significativos para esta fruta tropical. Cada uno

de estos lugares posee atributos particulares que los convierten en opciones atractivas para la venta de maracuyá.

3.2.3. Análisis del mercado destino

3.2.3.1. Características generales del mercado

Tabla 2

Ficha técnica de Alemania

Mercado	Alemania
Capital	Berlín
Lengua oficial	Alemán
Tasa de crecimiento anual	3,70%
Moneda oficial	Euro
PIB	4.121.160 €
PIB per cápita	48.750 €

Elaboración: Los autores

Nota: Referencia obtenida de Datos macro (2023)

En la tabla 2 indica la ficha técnica de Alemania, lo que posibilita la evaluación del mercado potencial para el nuevo producto, la identificación de las tasas de crecimiento anual, continuando lo que prefieren los clientes.

3.2.3.2. Descripción Geográfica del mercado Alemania

Alemania se ubica en la parte de occidente europeo, con una área de 357,590 kilómetros cuadrados y con una población de 84,358,845 residentes, lo que resulta en una densidad poblacional de 236 habitantes por km².

Ilustración 3.

Mapa de Alemania



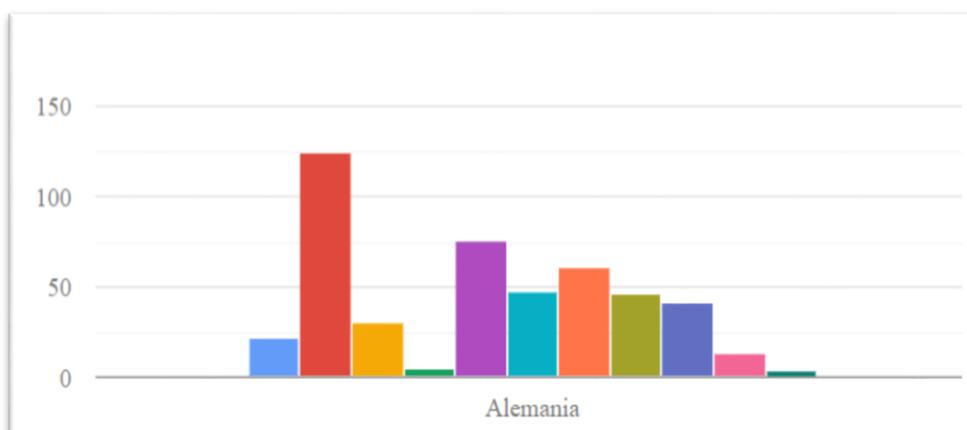
Fuente: El Orden Mundial

De acuerdo al índice de Desarrollo Humano (IDH), de las Naciones Unidas, que analiza el avance de una nación y representa el estándar de vida de sus naciones, los Alemanias disfrutan de la mejor calidad de vida a nivel mundial. (Alemania: Economía y demografía, 2018)

En caso de viajar a Alemania por motivos de negocios, es relevante tener en cuenta que el país ocupa el 22º lugar entre 190 en el *ranking Doing Business*, que evalúa la facilidad para realizar negocios en distintos países. (Moille , 2023).

Gráfico 2.

Índice Doing Business



Fuente: Datos macro (2023)

Nota: En el grafico se refleja un entorno propicio para la actividad empresarial y la inversión en Alemania.

Las tierras bajas del norte de Alemania, conocidas como “La llanura alemana”, ocupan aproximadamente un tercio del país. Son en su mayoría bajas y casi completamente planas, con la mayoría de ellas situadas a menos de 90 metros sobre el nivel del mar. A lo largo de las costas, se encuentran dunas, zonas pantanosas y diversas islas. Esta región es drenada por ríos que fluyen hacia el norte y desembocan en el mar del Norte y el mar Báltico, incluyendo el Elba, Ems, Oder, Rin y Weser.

Las tierras a lo largo de los ríos tienen suelos ricos en nutrientes, mientras que grandes extensiones están cubiertas por arena y grava (brezales) se extienden entre ellos, originadas por la región, los suelos son fértiles y se cultivan intensivamente. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2012)

3.2.3.3. Análisis PEST

- **Político**

Alemania se rige por un sistema de gobierno democrático parlamentario y un modelo de estado federal. Posee tres ramas de poder: legislativa, ejecutiva y judicial, con el propósito de asegurar el reino, además la influencia de la nación Europea es relevante en la normativa tanto comercial como ambiental. En cuanto a su política exterior, Alemania se enfoca en fortalecer sus lazos con sus socios comerciales y en abordar asuntos globales como el calentamiento global y la migración.

- **Económico**

Alemania destaca como una de las principales potencias económicas de Europa y se distingue por su elevado volumen de exportaciones, especialmente en áreas industriales y tecnológicas.

- **Social**

En Alemania, la educación, la innovación y la sostenibilidad son altamente valoradas por la sociedad, lo que fomenta el avance de tecnologías ecológicas y la implementación de prácticas empresariales sustentables. Aunque el mercado laboral alemán está estrictamente regulado y cuenta con un sólido sistema de protección social, se observa un crecimiento en la disparidad entre los trabajadores calificados.

- **Tecnológico**

Alemania se destaca como un referente en innovación y tecnología, destacándose especialmente en áreas como la industria automotriz, la ingeniería y la energía renovable.

3.2.3.4. Sistema de cambio Alemania

En Alemania, el sistema de cambio opera bajo el euro como una moneda oficial, debido a que será parte de la Eurozona desde su establecimiento. Antes de ello la moneda alemana era el marco alemán.

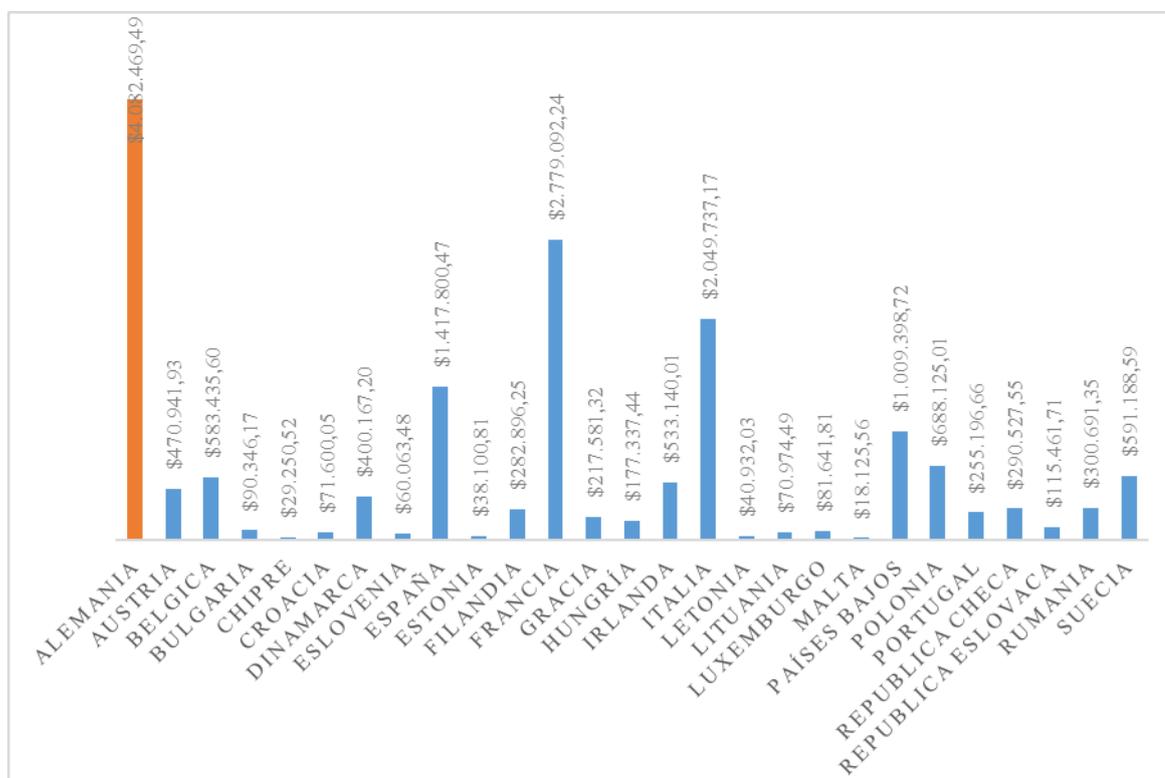
El valor del euro en relación con otras monedas varía en los mercados internacionales de moneda, pues en Alemania los tipos de cambio se publican regularmente en los sitios financieros autorizados.

Con respecto a la relación euro y el dólar estadounidense desempeña un factor importante en el comercio Internacional. Cuando el euro se fortalece en comparación con el dólar puede hacer que las exportaciones alemanas sean más caras en los mercados internacionales, pero si el euro se debilita puede hacerlas más competitivas. Considerando que posee en Alemania una tasa de cambio flotante, con un riesgo limitado de cambio y los billetes están disponibles en siete denominaciones (5, 10, 20, 50, 100, 200 y 500 €), y existe ocho tipos de monedas (0.01, 0.02, 0.05, 0.10, 0.20, 0.50, 1 y 2 €).

3.2.3.5. Análisis económico de Alemania

Gráfico 3.

Posición económica de Alemania en la UE



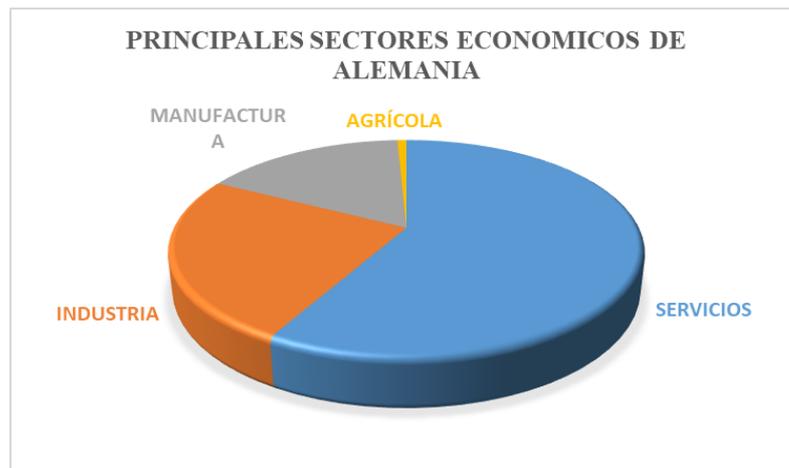
Fuente: Banco Mundial, (2022)

Elaborado: Los autores

Nota: Según la información más reciente suministrada por el Banco Mundial, podemos deducir que, Alemania presenta una economía sólida y se localiza como la potencia económica mejor posicionada de la Unión Europea le sigue Francia, Irlanda y España. En cuanto al entorno económico mundial Alemania se encuentra en el cuarto nivel.

Gráfico 4.

Principales sectores económicos de Alemania



Fuente: Santander (2022)

Elaborado: Los autores

Nota: La figura tres, estimula que las principales áreas económicas en Alemania que están representados en primera instancia por el sector de servicios debido a que representa el 63% del Producto Interno Bruto, a continuación, el sector industrial la cual representa acerca del 26.6% del Producto Interno Bruto considerando así que es el país más industrializado de Europa, seguido del sector manufacturero representen el 18% de Producto Interno Bruto y el sector agrícola aunque es limitado es un rubro importante en la economía alemana, este representa 0.8% del PIB.

3.2.3.6. Tendencias del mercado

En la plaza global de concentrado de maracuyá se segmenta en Norteamérica, viejo continente, Asia - Pacífico, América del Sur, Medio y África. Por otra parte, en 2019 Europa lidero el mercado mundial de concentrados de maracuyá, seguida por América del Sur y América del Norte.

En la región europea, está en la cima del mercado de concentrados de maracuyá, seguido por el Reino Unido y Alemania. El aumento en el consumo de concentrado de maracuyá se debe a varios factores, como la demanda de bebidas de frutas y la preferencia de los consumidores por alimentos de preparación rápida como batidos para el desayuno. (Castillo, 2018).

Alemania, Holanda, Francia y Gran Bretaña, presentan oportunidades atractivas para los proveedores de países en desarrollo. El continente europeo es el punto de partida para los actores principales que participan en la producción y consumo de concentrado de maracuyá, como *britvic plc*, *co-ro* y *kiril mischeff*. (MIDAGRI, 2021).

3.2.3.7. Demanda de concentrado de maracuyá

En Alemania, el concentrado de maracuyá se emplea principalmente por aquella producción de alimentos para la rama industrial de jugos, néctares y bebidas refrescantes. También, se emplea en la preparación de congelados y postres. El concentrado de fruta de la pasión es altamente valorado en Alemania por su sabor y aroma distintivos. Es importante destacar que Alemania es reconocida por su elevada demanda de productos alimenticios de primera calidad y exóticos.

3.2.4. Comercio Exterior Ecuador – Alemania

3.2.4.1. Productos exportados

La exportación de productos ecuatorianos a Alemania es una parte importante de la economía de Ecuador. Los alemanes son socios comerciales de Ecuador con la Unión Europea y existe una gama de productos tradicionales y no tradicionales que su destino es países hacia países europeos.

Estos productos comprenden a Banano, flores, grano de cacao y minerales preciosos. (Observatorio de complejidad económica, 2022).

3.2.4.2. Productos importados

La preferencia por productos alemanes en Ecuador se basa en diversos elementos claves que impactan la percepción y elección de los consumidores. En primer lugar, la reconocida calidad asociada a los productos alemanes desempeña un papel fundamental. Esta calidad se fundamenta en rigurosos estándares de fabricación, así como en un enfoque destacado en la excelencia en ingeniería y diseño. Para los consumidores ecuatorianos esto se traduce en confianza en la durabilidad y fiabilidad de dichos productos, lo que a su vez incrementa el interés en adquirirlos.

Además, aspectos como la seguridad y el cumplimiento normativo son altamente valorados por los consumidores en Ecuador. Alemania es reconocida por sus elevados estándar de seguridad y su apego a las regulaciones internacionales en diversos ámbitos, esto brinda tranquilidad a los compradores, quienes confía en que los productos alemanes se adhieren a los niveles más elevados de seguridad y excelencia en calidad.

Por conjunto, estos factores convergen para hacer que los productos alemanes sean atractivos para el país, estableciendo una sólida presencia en el mercado.

Tabla 3

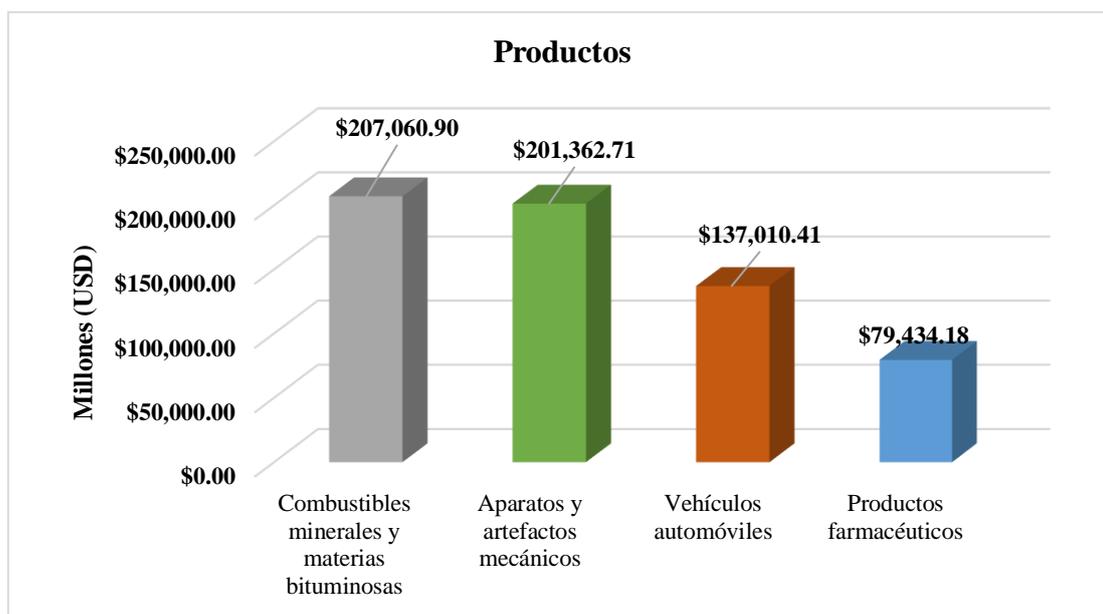
Principales productos importados desde Alemania a Ecuador.

Productos	(Millones USD)
Combustibles minerales y materias bituminosas	\$207.060,90
Aparatos y artefactos mecánicos	\$201.362,71
Vehículos automóviles	\$137.010,41
Productos farmacéuticos	\$ 79.434,18

Elaborado por: Los autores

Gráfico 5.

Principales productos importados desde Alemania a Ecuador



Elaborado: Los autores

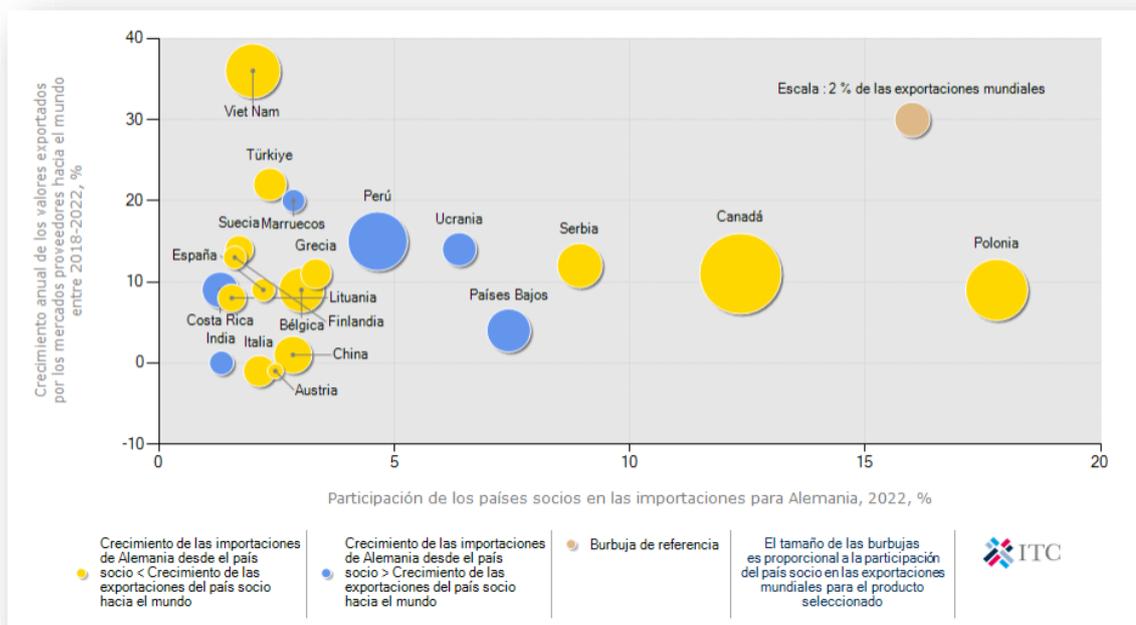
Nota: En el gráfico 4 se muestra que los combustibles minerales y materias bituminosas son destacados como uno de los productos principales que Alemania importa desde Ecuador, dada su relevancia en el sector energético y su extenso uso en diversas áreas.

3.2.5. Importaciones de concentrado de maracuyá de Alemania

De acuerdo con los últimos datos proporcionado por Trade map (2022), los principales países de donde importa productos congelados incluyendo al concentrado de maracuyá se encuentra en primer lugar Polonia con un valor importado de 55.224 millones de dólares, seguido de Canadá con un valor importado de 38.340 millones de dólares, y desde Serbia un valor importado de 27.744 millones de dólares. [Ver Anexo C](#)

Gráfico 6.

Países socios en las importaciones de Alemania



Elaborado por: TradeMap, 2022

3.2.6. Análisis legal y regulatorio.

3.2.6.1. Acuerdo Comercial

Uno de los beneficios que permite internacionalizar los productos ecuatorianos, es la firma de Acuerdos comerciales. Acotando mejor, es importante mencionar la presencia del grupo de la UE en la nación ecuatoriana de 2017 donde menciona el cual, Ecuador que ha fortalecido sus relaciones comerciales por medio del Tratado comercial Multipares con la comunidad europea donde están integrados 27 países entre ellos Alemania.

Este acuerdo comercial con Ecuador comenzó a tener efecto el uno del primer mes de 2017, esto ha permitido beneficios homogéneos, como la facilitación al acceso preferencial al mercado de ciertos productos, también, se reducen las barreras comerciales como aranceles y promueve un entorno más propicio para la competitividad de los ecuatorianos. Además, con este pacto ha permitido incrementar las exportaciones de Ecuador a la UE, fomentar el progreso del Producto Interno Bruto y fomentar los ingresos europeos en la nación.

3.2.6.2. Medidas arancelarias del Acuerdo con la UE.

Por ser miembro de la Unión Europea, Alemania aplica las políticas comerciales de esta asociación económica y política.

Cassinelli (2017) argumenta que, “El procedimiento de incorporación del convenio asegura un acceso privilegiado sin aranceles para el 99,7 por ciento de los alimentos frescos y el cien por ciento de las mercancías manufacturadas del estado ecuatoriano de manera rápida” (p.16).

3.2.6.3. Clasificación arancelaria del concentrado de maracuyá

Tabla 4

Partida y subpartida arancelaria

CONCENTRADO DE MARACUYÁ		
<i>Partida</i>	<i>08.11</i>	<i>Frutas y otros productos vegetales, crudos o cocidos en hidratación o vaporización, glaciares, incluso con azúcar u otro tipo de edulcorante añadido</i>
<i>Subpartida</i>	<i>081190</i>	<i>Los demás:</i>

Elaborado por: Los Autores

Nota: Dentro de la siguiente tabla se muestra aquella clasificación arancelaria que corresponde al concentrado de maracuyá

3.2.6.4. Normas de Procedencia

El documento de origen son papeles importantes en el comercio internacional que certifican el país de origen de los productos. En lo respecto a los vínculos mercantiles entre la nación andina y Alemania los certificados de origen son relevantes para garantizar acceso a beneficios arancelarios preferenciales, como los establecidos de los convenios de comercio bilateral o plurilaterales.

El caso específico en Ecuador, para favorecerse de las variantes en derechos especiales de la Unión Europea, los artículos de procedencia deben estar respaldados por un documento de movimiento euro uno. [Ver anexo D.](#)

El certificado es emitido por los mandatarios capacitados del país que realiza la exportación.

3.2.6.4.1. Procedimiento para requerir un documento de movimiento de Mercancías euro uno

1. Acceder al sitio web <https://ecuapass.aduana.gob.ec> y seleccionar la alternativa de ventanilla única ecuatoriana – documento de origen y Declaración Juramentada de Origen.

Ilustración 4

Paso 1 para solicitar certificado de circulación EUR.1

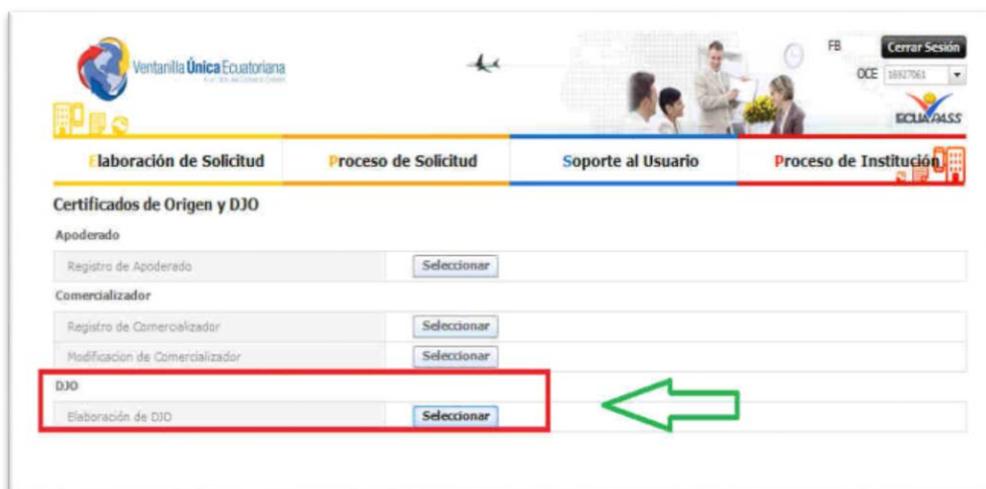


Fuente: SENA E

2. Luego iniciar sesión con el usuario y contraseña correspondiente, selecciona la opción certificados de Origen y DJO para crear la Declaración Juramentada de Origen, requisito esencial para solicitar el certificado preferencial.

Ilustración 5

Paso 2 para solicitar un documento de movimiento euro. Uno.



3. Luego, seleccionar aquella opción de elaboración de la declaración juramentada de origen, proceder a llenar los datos requeridos siguiendo la guía para completar el documento de movimiento euro. uno. **Ver Anexo E**

4. Una vez completada la DJO, procede a solicitar el expediente del documento de movimiento de productos euro. Uno, la cual será firmado electrónicamente por el exportador o su representante autorizado.

Ilustración 6

Paso 4 para solicitar certificado de circulación EUR.1

The screenshot shows the 'Ventanilla Única Ecuatoriana' web portal. At the top, there are navigation tabs: 'Elaboración de Solicitud', 'Proceso de Solicitud', 'Soporte al Usuario', and 'Proceso de Institución'. Below these, the 'Certificados de Origen y DJO' section is visible. It contains several categories with 'Seleccionar' buttons: 'ApoDERADO' (Registro de ApoDERADO), 'Comercializador' (Registro de Comercializador, Modificación de Comercializador), 'DJO' (Elaboración de DJO), and 'CO' (Certificado SGP, Certificado ALADI, Certificado MERCOSUR, Certificado ACE65(Acuerdo CHILE ECUADOR), Certificado Terceros Países, Certificado Acuerdo de Cartagena(CAN), Certificado SGTP, **Certificado EUR. 1**, Envío de Cert. Origen masivos, Actualización / Consulta de Cert. Origen masivos). The 'Certificado EUR. 1' row is highlighted with a red border.

Fuente: SENAE

3.2.6.5. Normas de calidad

3.2.6.5.1. Certificación de calidad de Alemania

Las certificaciones exigidas por los principales distribuidores alemanes como *Rewe, Lidl, Edeka* y *Gut Bio* se especifican indicando los certificados necesarios para diferentes tipos de productos. Además, se describen las normativas comunitarias europeas, los requisitos de calidad más significativos y enlaces relacionados con la seguridad alimentaria y las certificaciones. También se hace mención de la utilización de sellos certificadores de asociaciones de productos ecológicos en Alemania, como *Demeter, Bioland* y *Naturland*, así como la posibilidad de obtener certificaciones privadas, como el sello ecológico “*Bio-Siegel*” del gobierno alemán.

Las certificaciones necesarias para exportar frutas y hortalizas a Alemania, como el estándar *Global Gap*, son requeridos por distribuidores importantes como *Rewe* y *Lidl*.

Ver anexo E

3.2.6.5.2. Requisitos de empaque y etiquetado en Alemania

Cumplir las normativas de empaque, embalaje y etiquetado es esencial al exportar productos a Alemania desde Ecuador.

La ley alemana de gestión de embalajes y envases, llamada *VerpackG*, comenzó a regir el 1 de enero de 2019. Esta normativa aplica a fabricantes o exportadores que realicen transacciones en Alemania y vendan productos con embalajes dirigidos al consumidor final. Es importante destacar que no importa si la empresa tiene su sede fiscal en Alemania o no, ya que esto no es un requisito para cumplir con la ley.

Dependiendo de las circunstancias, ya sea una venta directa, a través de un distribuidor o importador, unas de las secciones involucradas asumen el compromiso.

En el caso de una venta directa, el fabricante o mayorista que vende en Alemania es responsable. Para ventas a través de un distribuidor o importador, la responsabilidad recae en el propietario de la mercancía al ingresar al territorio alemán.

Según el Incoterm establecido, la responsabilidad recae en el exportador español o el importador alemán. La legislación exige presentar informes periódicos al registro central y a un sistema dual de recolección y tratamiento de envases.

En Alemania se han implementado varios sistemas para gestionar residuos y envases usados, permitiendo a las empresas trabajar con diferentes opciones Zamora (2019).

Para marcar los envases con el logo “punto verde”, se requiere una licencia obtenida a través de un contrato con el propietario de la marca “*Duales System Deutschland GmbH*”.

Además, según las reglas para unirse al sistema de gestión dual y, por consiguiente, comercializar productos envasados en Alemania, es necesario registrarse previamente en LUCID.

En caso de no cumplir con esta exigencia, se enfrentará a sanciones significativas de hasta 100.000 euros por infracción si continúa ofreciendo productos sin estar debidamente registrado, incluso si no se realiza una venta real. Esta penalización se duplica si no se contribuye en absoluto a los costos de eliminación. (Cervantes, 2022).

3.3. Valoración de la contribución práctica proporcionada por los profesionales en Comercio Exterior.

1. Valorar si la concepción teórica y práctica del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá refleja los principios teóricos que lo sustentan.

Tabla 5

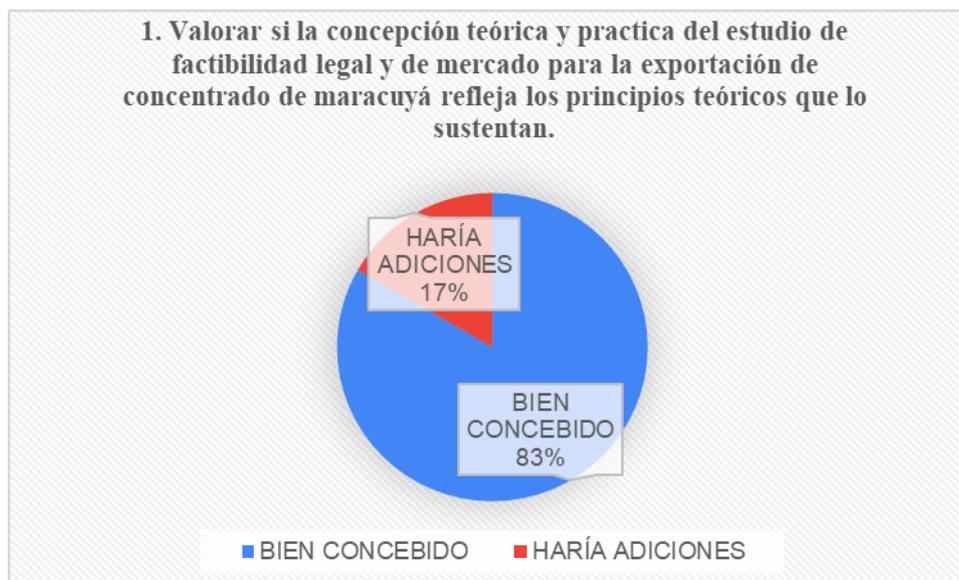
Valorar si la concepción teórica y práctica del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá expresa los fundamentos teóricos que lo sustentan.

EXPERTOS	RESPUESTA		
	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Especialista uno	Uno	-	-
Especialista dos	-	Uno	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	Uno	-	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Cinco	Uno	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 1

Valorar si la concepción teórica y práctica del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá refleja los principios teóricos que lo sustentan.



Elaboración por: Los autores

2. Valorar si la concepción estructural y metodológica del estudio de factibilidad legal y de mercado favorecen al cumplimiento de la meta para la cual fue creada.

Tabla 6

Evaluar si el diseño estructural y metodológico del estudio de factibilidad legal y de mercado favorecen al cumplimiento de la meta para la cual fue creada.

EXPERTOS	RESPUESTA		
	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	Uno	-	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	Uno	-	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Seis	Cero	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 2

Analizar si el diseño estructural y metodológico del estudio de factibilidad legal y de mercado contribuyen al cumplimiento de la meta para la cual fue creado.



Elaboración por: Los autores

3. Evaluar si los diversos aspectos de la estructura mencionada en el estudio de factibilidad legal y de mercado son pertinentes a dicho estudio planteado en la investigación.

Tabla 7

Evaluar si en los diversos aspectos de la estructura mencionada en este estudio de factibilidad legal y de mercado son pertinentes a dicho estudio planteado en la investigación.

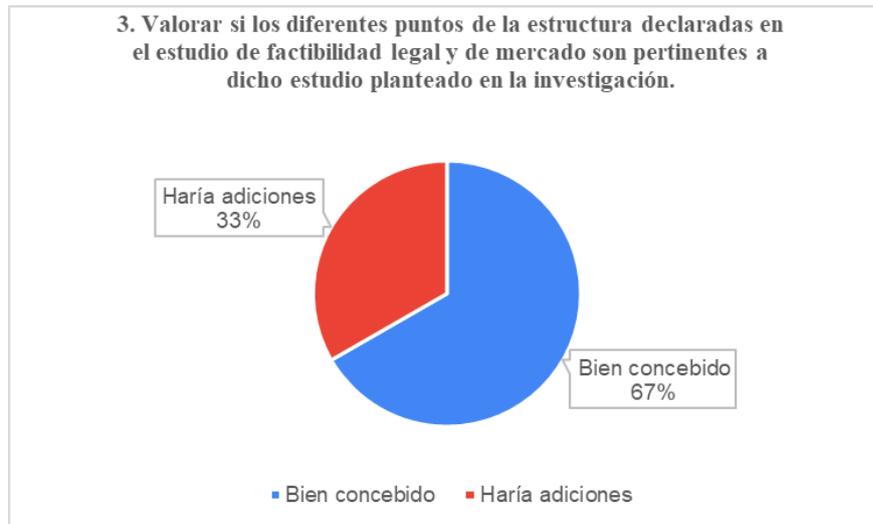
EXPERTOS	RESPUESTA		
	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	-	Uno	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	-	Uno	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Cuatro	Dos	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 3

Evaluar si los diversos aspectos de la estructura mencionada en este estudio de

factibilidad legal y de mercado son pertinentes a dicho estudio planteado en la investigación.



Elaboración por: Los autores

4. Valorar si se reflejan todo el desarrollo del estudio de factibilidad legal y de mercado son presentados mediante datos estadísticos.

Tabla 8

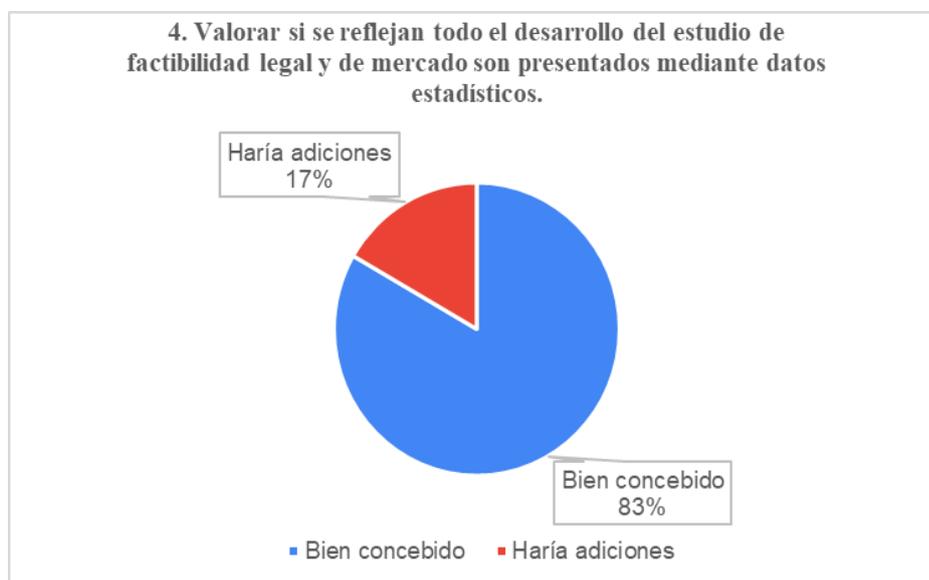
Valorar si se reflejan todo el desarrollo del estudio de factibilidad legal y de mercado son presentados mediante datos estadísticos.

RESPUESTA			
EXPERTOS	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	Uno	-	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	-	Uno	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Cinco	Uno	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 4

Valorar si se reflejan todo el desarrollo del estudio de factibilidad legal y de mercado son presentados mediante datos estadísticos.



Elaboración por: Los autores

5. Valorar si la teoría propuesta en el estudio de factibilidad legal y de mercado es pertinente para realizar la exportación de concentrado de maracuyá.

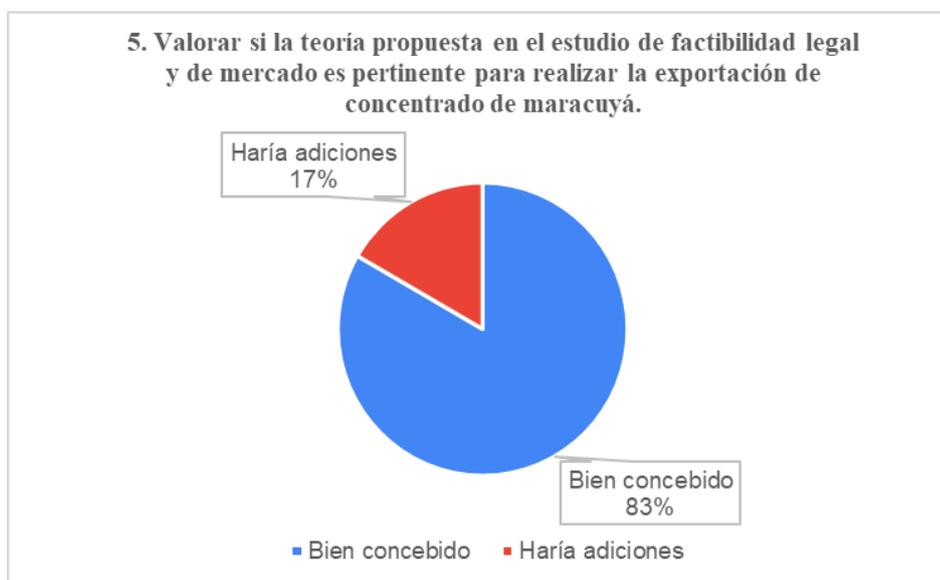
Tabla 9

Valorar si la teoría propuesta en el estudio de factibilidad legal y de mercado es pertinente para realizar la exportación de concentrado de maracuyá.

RESPUESTA			
EXPERTOS	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	Uno	-	-
Especialista tres	Uno	-	-
Experto cuatro	Uno	-	-
Especialista cinco	-	Uno	-
Experto seis	Uno	-	-
Total	Cinco	Uno	Cero

Elaboración por: Los autores

Valorar si la teoría propuesta en el estudio de factibilidad legal y de mercado es pertinente para realizar la exportación de concentrado de maracuyá.



Elaboración por: Los autores

6. Valorar el nivel de factibilidad dentro del proceso de exportación planteado teóricamente.

Tabla 10

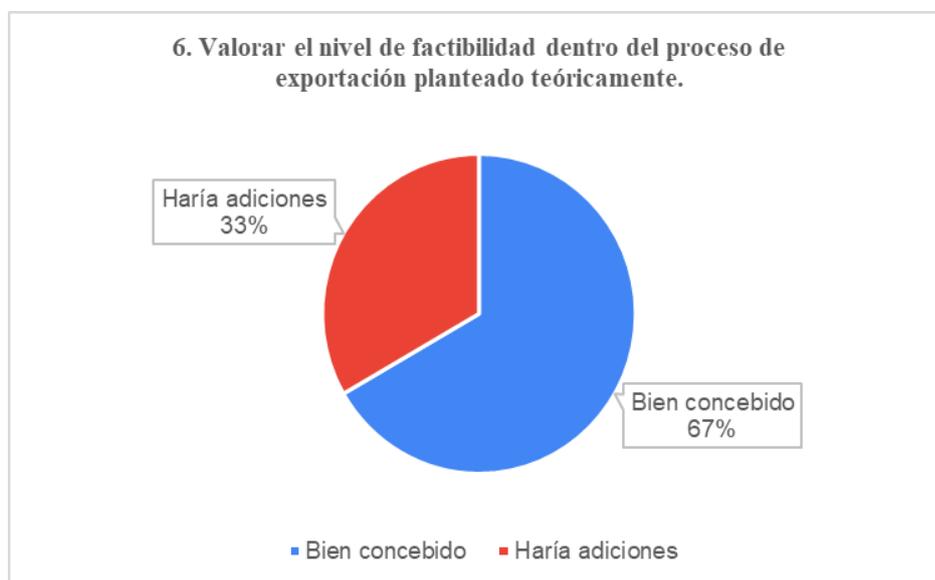
Valorar el nivel de factibilidad dentro del proceso de exportación planteado teóricamente.

EXPERTOS	RESPUESTA		
	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	-	Uno	-
Especialista dos	Uno	-	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista Cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	-	Uno	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Cuatro	Dos	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 6

Valorar el nivel de factibilidad dentro del proceso de exportación planteado teóricamente.



Elaboración por: Los autores

7. Valora el nivel de aplicabilidad del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.

Tabla 11

Valora el nivel de aplicabilidad del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.

RESPUESTA			
EXPERTOS	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	Uno	-	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	Uno	-	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Seis	Cero	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 7

Valora el nivel de aplicabilidad del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.



Elaboración por: Los autores

8. Valorar la contribución del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.

Tabla 12

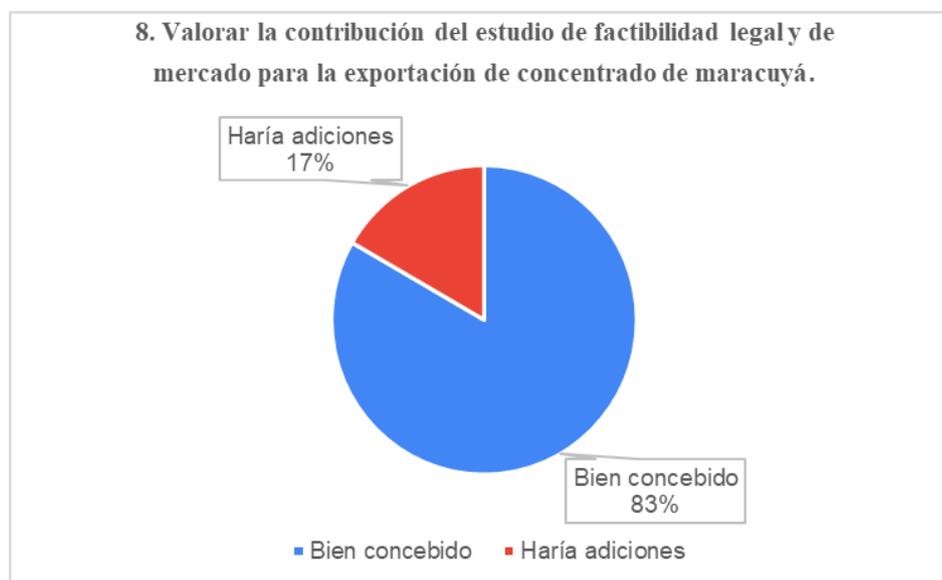
Valorar la contribución del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.

RESPUESTA			
EXPERTOS	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	Uno	-	-
Experto tres	-	Uno	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	Uno	-	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Cinco	Uno	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 8

Valorar la contribución del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.



Elaboración por: Los autores

9. Considera Ud. que el estudio de factibilidad legal y de mercado contribuiría para lograr la exportación de concentrado de maracuyá.

Tabla 13

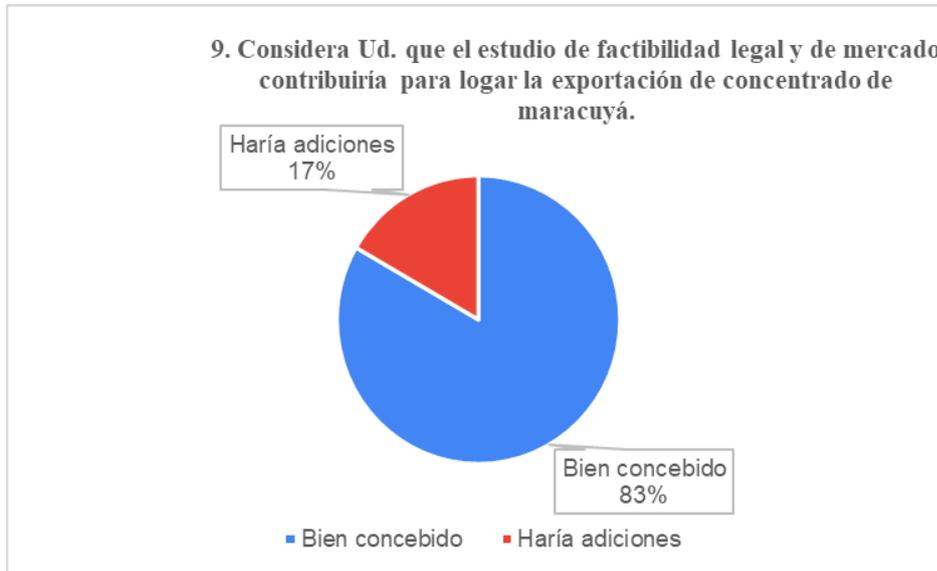
Considera Ud. que el estudio de factibilidad legal y de mercado contribuiría para lograr la exportación de concentrado de maracuyá.

EXPERTOS	RESPUESTA		
	BIEN CONCEBIDO	HARÍA ADICIONES	HARÍA CAMBIOS
Experto uno	Uno	-	-
Especialista dos	-	Uno	-
Experto tres	Uno	-	-
Especialista cuatro	Uno	-	-
Experto cinco	Uno	-	-
Especialista seis	Uno	-	-
Total	Cinco	Uno	Cero

Elaboración por: Los autores

Figura 9

Considera Ud. que el estudio de factibilidad legal y de mercado contribuiría para lograr la exportación de concentrado de maracuyá.



Elaboración por: Los autores

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los hallazgos de este estudio de factibilidad legal y de mercado han ofrecido una comprensión amplia sobre la viabilidad de exportar concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023. Los datos revelan un crecimiento constante en la demanda de concentrado de maracuyá en el país destino, a pesar de que actualmente son otros países que exportan. Este consumo significativo de concentrado de maracuyá sugiere un potencial favorable para la exportación a Alemania.

Uno de los principales hallazgos de esta investigación es que el concentrado de maracuyá producido en Ecuador se rige por cumplir un proceso bien elaborado utilizando materia prima de calidad para cumplir con el producto final, además de que en Ecuador se disfruta de un clima tropical idóneo para el cultivo de la materia prima, considerando que el maracuyá necesita temperaturas cálidas y suelos bien drenados para desarrollarse de forma óptima.

Además, se ha evidenciado en Alemania una tendencia de consumo creciente hacia la autenticidad de productos de alto nivel y nutritivos que han creado una valiosa oportunidad para los concentrados de maracuyá de calidad, como los producidos en Ecuador. Sin embargo, Alemania es conocida por adoptar tendencias de consumo internacionales, si el concentrado de maracuyá está experimentando un aumento en la demanda en otros mercados, es asertivo que también el producto encuentre un mercado receptivo en Alemania.

Por otra parte, se considera también que actualmente, no solo los habitantes de Alemania si no todos a nivel global vivimos en un mundo que a lo largo de los años se está experimentando una transformación radical, debido a las facilidades que la tecnología y la innovación han proporcionado, considerando a partir de esta premisa que, nos hemos vuelto más exigentes en cuanto a comodidad y facilidad de acceso, buscando productos rápidos de consumir y utilizar. Por ende, en este contexto surge la alternativa de exportar concentrado de maracuyá, y debido a ello los productores, las mipymes, los ecuatorianos en general interesados en internacionalizar sus productos, deben adaptarse a los cambios y exigencias del mercado destino para potenciar los productos.

Basándonos en el análisis PEST de Alemania, existe varias oportunidades para las exportaciones de Ecuador. En primer lugar, la política de Alemania junto con su sólido sistema de protección social, crea un entorno propicio para hacer negocios a largo plazo.

Con una legislación clara y un sistema judicial independiente, las empresas pueden tener seguridad en sus inversiones y operaciones en el país. Por su parte, la pertenencia de Alemania a la Unión Europea facilita el acceso a un mercado más amplio y simplifica los procedimientos de comercio internacional dentro de la región. Ecuador tiene un pacto comercial multipartes con la UE, lo que le ha permitido un acceso preferencial de 0% en arancel para la mayor parte de productos agrícolas, incluye maracuyá y frutas congelados.

En base a términos económicos, Alemania se sitúa entre las principales fuerzas de ahorro de Europa. Esta economía fuerte de Alemania proporciona un mercado estable y en crecimiento, con consumidores de alto poder adquisitivo, que permite considerarlo un país con una reputación de calidad y confiabilidad.

Desde una perspectiva social, Alemania es un país que valora la educación, la innovación y la sostenibilidad, por ende, ofrece oportunidades para las empresas extranjeras que puedan ofrecer soluciones innovadoras. En el ámbito tecnológico, representa un mercado receptivo para empresas extranjeras que puedan aportar avances tecnológicos complementarios. La colaboración en investigación y desarrollo entre países induce a avances de interés mutuo.

Ahora bien, Alemania cuenta con sistemas avanzados que facilitan la importación de productos extranjeros. Eso sugiere que habría menos obstáculos logísticos al exportar concentrado de maracuyá hacia Alemania en comparación con otros destinos.

En cuanto para exportar concentrado de maracuyá hacia Alemania, se deben seguir varios pasos importantes, entre ellos obtener un documento de circulación de mercancías EUR.1, de la misma forma se debe cumplir con los requisitos de origen, es fundamental cumplir con las normativas de calidad establecida por los principales distribuidores alemanes como Rewe, Lidl, Edeka Gut Bio. Esto implica obtener certificaciones específicas, como el estándar Global Gap, así como sellos certificadores de asociaciones de productos ecológicos reconocidos en Alemania. Se debe considerar de la misma manera las regulaciones en lo que refiere a empaque y etiquetado establecidas por la Ley alemana de gestión de embalajes y envases, esto incluye marcar los envases con el logo “punto verde” obtener la licencia correspondiente a través de un contrato con el propietario de la marca.

Corroboración de los resultados obtenidos

El estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá a Alemania ha sido evaluado positivamente por especialistas, quienes han

indicado que cuenta con una base sólida y bien fundamentada. La valoración favorable recibida durante la revisión por expertos respalda la efectividad y viabilidad de la propuesta, confirmando la solidez de la metodología y enfoque utilizados. Este recibimiento positivo destaca la importancia y aplicabilidad del estudio de factibilidad legal y de mercado, generando confianza en la exitosa implementación de la propuesta.

Los evaluadores determinaron que el estudio de factibilidad legal y de mercado logra una integración armoniosa entre su base teórica, destacando su habilidad para detallar con precisión las ideas teóricas, al mismo tiempo que proporciona un enfoque metodológico realista para alcanzar las metas. Se reconoció la importancia de mantener este equilibrio entre la teoría del estudio de factibilidad legal y de mercado, lo cual se reflejó en las calificaciones recibidas.

CONCLUSIONES

Se determinó la evolución de la gestión de factibilidad en el proceso de exportación de concentrado de maracuyá hacia el mercado de Alemania en 2023, lo que permitió identificar los cambios y aspectos relevantes como los desafíos y oportunidades para el producto.

Se identificaron los aspectos que influyen en la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en 2023, lo que proporcionó una visión clara de los factores críticos a considerar, como la producción, la demanda del mercado, la competencia, y las regulaciones.

Se caracterizó gnoseológicamente la comercialización de concentrado de maracuyá, lo que brindó un entendimiento profundo de la interacción entre actores y sistema de conocimientos para llevar a cabo el producto desde su origen hasta la exportación.

Se caracterizó gnoseológicamente la gestión de factibilidad, lo que permitió establecer un marco teórico sólido para el desarrollo de estrategias concretas que garanticen la viabilidad de la exportación de concentrado de maracuyá hacia Alemania en el 2023.

La implementación del estudio de factibilidad legal y de mercado fue un factor positivo para poder penetrar exitosamente en el nuevo mercado de Alemania, debido por la alta demanda de concentrado de maracuyá en esa región.

La revisión realizada por especialistas ha validado la adecuación del estudio de factibilidad legal y de mercado para las exportaciones de concentrado de maracuyá a Alemania, respaldada por la apropiada estructura que posee.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un monitoreo continuo de los factores que impactan en la exportación de concentrado de maracuyá hacia el mercado alemán, como la demanda del consumidor, las regulaciones comerciales, para adaptar estrategias según sea necesario.

Para destacar en un mercado competitivo como el de Alemania se sugiere desarrollar estrategias de marketing innovadoras y diferenciadas que resalte las cualidades únicas del concentrado de maracuyá ecuatoriana, como su calidad, sabor y propiedades saludables.

Buscar alianzas con distribuidores locales, importadores o socios comerciales en Alemania puede facilitar el acceso al mercado y ampliar la red de distribución, permitiendo alcanzar una mayor cantidad de clientes de manera efectiva.

Se recomienda realizar estudios periódicos en Alemania para identificar las tendencias, preferencias del consumidor, lo que permitirá adaptar la estrategia de exportación hacia Alemania.

Dedicar recursos a la formación y crecimiento del equipo involucrado en la exportación de concentrado de maracuyá, tanto en aspectos técnicos como en habilidades de negociación, para garantizar un equipo altamente preparado y motivado.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, M., Giraldo, D., Vélez, L., & Fernández, J. (2021). Análisis del Papel de los Intermediarios en el Mercado Agrícola Tradicional. Caso de Estudio Antioquia, Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, 18(1). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v18n1/1794-4449-rlsi-18-01-7.pdf>
- Alemania: Economía y demografía. (13 de noviembre de 2018). *Datosmacro.com*. Obtenido de [Datosmacro.com: https://datosmacro.expansion.com/paises/alemania](https://datosmacro.expansion.com/paises/alemania)
- Ana Cervantes. (24 de junio de 2022). *Requisitos completos para el embalaje y etiquetado de productos en el mercado alemán*. Obtenido de scribd: <https://es.scribd.com/document/554792541/Embalaje-alemania>
- Ana Vega Pérez de Arlucea. (4 de mayo de 2019). *Gastrohistorias*. Obtenido de Fruta de la pasión: <https://www.burgosconecta.es/culturas/fruta-pasion-llama-20190504000554-ntrc.html>
- Angamarca, P., Pinos, E., & Ortega, J. (2022). Factibilidad para la creación de una empresa destinada a ofrecer servicios para la gestión de procesos de negocio, en la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Revista 593 Digital Publisher*, 7(4-1), 521-541. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1270/1153
- Arévalo, D. (2021). *¿Qué son los ingresos en mis finanzas personales y familiares?* Obtenido de <https://www.tributi.com/mis-finanzas-personales/que-son-los-ingresos-en-mis-finanzas-personales-y-familiares#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20ingresos%20econ%C3%B3micos%3F&text=Los%20ingresos%20econ%C3%B3micos%20son%20los,por%20medio%20de%20su%20salar>
- Brugnara, E., Nunes, C., Hofs, A., & Ferreira, L. (2018). Emergencia y crecimiento del maracuyá tras diferentes fechas de siembra y uso de estimulantes, en otoño e invierno subtropicales. *Revista agrociencia*, 22(1). Obtenido de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S2301-15482018000100037&script=sci_arttext

- Bull, Hedley.(1977). *La sociedad anárquica: un estudio del orden en la política mundial*. Universidad de Columbia.
- Camae. (13 de Diciembre de 2022). *Ecuador duplicó su producción de maracuyá en 2022*. Obtenido de Cámara Marítima del Ecuador: <http://www.camae.org/ecuador/ecuador-duplico-su-produccion-de-maracuya-en-2022/>
- Cámara Zamora. (25 de febrero de 2019). *Nueva Ley Alemana de Envases y Embalajes*. Obtenido de <https://www.camarazamora.com/nueva-ley-alemana-de-envases-y-embalajes>
- Canedo, X. (2019). Estrategias comerciales implantadas en espacios públicos no destinados al comercio. *Revista Investigación y Negocio*, 12(20). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a11.pdf
- Cañizares, A., & Jaramillo, E. (2015). *El cultivo de maracuyá en Ecuador*. Machala: UTMACH. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6894>
- Carrillo, E., Ramones, G., & Arteaga, G. (2022). Determinación de la demanda insatisfecha para la implementación de un emprendimiento de producción y comercialización de pollitos criollos. *Revista polo del conocimiento*, 7(8), 808-822. Recuperado el 25 de septiembre de 2023, de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/4426/10534>
- Cevallos, D., Montesdeoca, E., & Cevallos, R. (2018). Relación estratégica para el desarrollo del Ecuador: acuerdo comercial multipartes con la unión europea. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 165-169. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n3/2218-3620-rus-10-03-165.pdf>
- Chacín, A. C. (19 de julio de 2016). *El cultivo del Maracuyá en Ecuador*. Obtenido de <file:///C:/Users/RYZEN%205/Downloads/116%20EL%20CULTIVO%20DE%20MARACUYA%20EN%20ECUADOR.pdf>
- Coronel, M., Guamán, M., Pesántez, S., & Guamán, G. (2023). Comportamiento de los canales de distribución digitales, bajo el modelo Push y Pull en la dinámica de accesibilidad y tangibilización en restaurantes de “3, 4 y 5 Tenedores”. *Revista Economía y Política*(37). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752023000100076

- De Jesus, J., Salcido, T., & Zamorano, D. (2008). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet por cable empresarial de 1024 kbps. *Revista Ra Ximhai*, 4(2), 295-309. Recuperado el 25 de septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>
- Díaz, J., Zamora, M., & Mora, N. (2019). La innovación como un factor de competitividad de los productos ecuatorianos período 2012-2017. *Revista Investigación y Negocios*, 12(19). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n19/v12n19_a02.pdf
- Durán, G., & Alcívar, J. (2020). La cadena de valor en el proceso agrícola de maracuyá. *Revista ECA Sinergia*, 11(2), 108-118. Recuperado el 30 de septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773008/588563773008.pdf>
- El Comercio. (29 de abril de 2018). *Suiza, mercado con mayor potencial para el Ecuador con acuerdo EFTA*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/suiza-mercado-potencial-ecuador-efta.html>
- El productor. (2017). *Cómo sembrar maracuya*. Obtenido de <https://elproductor.com/2017/09/como-sembrar-maracuya/>
- Fanny Moille. (24 de enero de 2023). *Rápido crecimiento demográfico en Suiza, pero ¿hasta cuándo?* Obtenido de [swissinfo.ch: https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/r%C3%A1pido-crecimiento-demogr%C3%A1fico-en-suiza--pero--hasta-cu%C3%A1ndo-/48191040](https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/r%C3%A1pido-crecimiento-demogr%C3%A1fico-en-suiza--pero--hasta-cu%C3%A1ndo-/48191040)
- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Morelos, J. (2018). Productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Revista dimensión empresarial*, 16(1). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632018000100047
- Frutas Hortalizas. (s.f. de s.f. de 2000). *Frutas Hortalizas*. Obtenido de Frutas Hortalizas: <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Origen-produccion-Fruta-de-la-pasion.html>

- Galbraith, J. (2022). ¿Qué es la economía? una disciplina política para el mundo real. *Revista de economía institucional*, 24(46), 3-25. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v24n46/0124-5996-rei-24-46-3.pdf>
- Gramsci, Antonio. (1975). "Cuadernos de la cárcel". Varios volúmenes. Editorial Siglo XXI.
- Guzmán, D., Piñancela, L., & Sotomayor, J. (2022). Determinantes del crecimiento económico de Chile, Perú y Ecuador durante el periodo 1990 al 2020. *Revista 593 Digital Publisher*, 7(2), 43-55. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1004/994
- Luis Ángel Cheme. (13 de diciembre de 2022). *Maracuyá: una oferta que se duplica*. Obtenido de Expreso: <https://www.lahora.com.ec/pais/produccion-maracuya-duplica-cierre-exitoso-2022/>
- Manuel A. Gómez Cruz. (4 de abril de 2005). *Mercado mundial del maracuyá*. Obtenido de [Revista Vinculando: https://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html#vcite](https://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html#vcite)
- Manuel A. Gómez Cruz. (4 de abril de 2005). *Mercado mundial del maracuyá*. Obtenido de [Revista Vinculando.: https://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html#vcite](https://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html#vcite)
- María Angelina Castillo. (29 de abril de 2018). *Suiza, mercado con mayor potencial para el Ecuador*. Obtenido de [El comercio: https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/suiza-mercado-potencial-ecuador-efta.html](https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/suiza-mercado-potencial-ecuador-efta.html)
- Meleán, R., & Nava, Y. (2007). Estrategias empresariales aplicadas en el proceso productivo de las industrias de pastas alimenticias del estado Zulia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 12(39). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842007000300007#:~:text=Krajewski%20y%20Ritzman%20\(2000%3A%203,un%20producto%20para%20el%20cliente%E2%80%9D](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842007000300007#:~:text=Krajewski%20y%20Ritzman%20(2000%3A%203,un%20producto%20para%20el%20cliente%E2%80%9D).
- Melisa Vanegas. (s.f. de s.f. de 2013). *Maracuyadictos*. Obtenido de [Maracuyadictos: https://maracuyadictos.fpcorredor.com/descubre-origen-nombre-fruta-pasion/](https://maracuyadictos.fpcorredor.com/descubre-origen-nombre-fruta-pasion/)
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). Boletín situacional cultivo de maracuyá. Quito, Quito, Ecuador. Obtenido de <https://fliphtml5.com/es/ijia/pkqk/basic>

- Ministerio de desarrollo agrario y riego. (8 de octubre de 2021). *Sierra y selva exportadora*. Obtenido de Análisis de mercado: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2071639/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Maracuy%C3%A1%202015%20-%202020.pdf>
- Moreno, C., Moreno, R., Pilamal, A., Molina, J., & Cerda, L. (2019). El sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la uvilla (*Physalis peruviana*). *Revista ciencia y agricultura*, 16(1), 31-51. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/5600/560059292003/html/>
- Ocampo, J., Marín, V., & Urrea, R. (2022). La caracterización agromorfológica del maracuyá amarillo (*Passiflora edulis* f. *flavicarpa* Degener) revela genotipos élite para un programa de mejoramiento en Colombia. *Revista Agronomía Colombiana*, 39(2). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-99652021000200156
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (28 de mayo de 2012). *FAO*. Obtenido de Descripción geográfica: <https://www.fao.org/forestry/country/18310/es/deu/>
- Perdigón, R. (2020). Estrategia digital para fortalecer la gestión comercial de las cooperativas agropecuarias cubanas. *Revista Coodes*, 8(1), 33-44. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v8n1/2310-340X-cod-8-01-33.pdf>
- Pons, H. (2022). La economía: ¿ciencia o arte? *REvista Economía y Desarrollo*, 166(1). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842022000100001
- Proaño, J., Rivadeneira, E., Moncayo, P., & Mosquera, E. (2020). Aceite de maracuyá (*Passiflora edulis*): Aprovechamiento de las semillas en productos cosméticos. *Revista Enfoque UTE*, 11(1), 119-129. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/enfoqueute/v11n1/1390-6542-enfoqueute-11-01-00119.pdf>

- Quicornac. (2021). *Los principales productores de maracuyá a nivel mundial son Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Vietnam*. Obtenido de <https://www.quicornac.com/es/passionfruit.php>
- Ramírez, L., & Potes, S. (2019). Estimación del rendimiento del cultivo de *Passiflora Edulis* (Maracuyá) a partir de modelos estadísticos. *Revista Inventum*, 14(26), 33-42. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Inventum/article/view/1962/1807>
- Rojas, D., Calixto, M., & Suca, F. (2021). Aprovechamiento de los residuos del fruto de *Passiflora tripartita*. *Revista Scientia Agropecuaria*, 12(3), 445-453. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://www.scielo.org.pe/pdf/agro/v12n3/2077-9917-agro-12-03-445.pdf>
- Rojo, M., Padilla, A., & Rójas, R. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica*, 6(1). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rcuisrael/v6n1/2631-2786-rcuisrael-6-01-00009.pdf>
- Salinas, J., García, R., & Rodríguez, I. (2022). Efecto del uso de dos distancias de siembra en dos variedades de maracuya (*passiflora edulis*). *Revista Científica Agroecosistemas*, 10(3), 14-26. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/558/531>
- Sampedro, C., Palma, D., Machuca, S., & Arrobo, E. (2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 484-490. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-484.pdf>
- Tamayo, C., & Alegre, J. (2021). Asociación de cultivos, alternativa para el desarrollo de una agricultura sustentable. *Revista siembra*, 9(1). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/siembra/v9n1/2477-8850-siembra-09-01-03287.pdf>
- Tejeda, A., Blanco, M., & Guerra, S. (2019). Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad. *Revista Investigación Administrativa*, 48(124). Recuperado el 30 de septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456059299007>

Tomás, I., Locher, M., & Alfaro, E. (2020). Mercado y sociedad: análisis comparado de tres programas de investigación socioeconómica. *Revista Economía e Sociedade*, 29(1). Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <https://www.scielo.br/j/ecos/a/tZgP9tL6BFvjgQyQxzddRLN/#>

ANEXOS

Anexo A Estudio de documentos

A. Datos Formales de estudio de documentos	
Lugar donde se realiza:	Cuidad de Machala
Fecha:	7 de noviembre del 2023
Hora:	13:00 pm
Observadores:	Aponte Vargas Sheila Paola Reyes Romero Karen Camila
A. Objetivos del estudio de documentos	
Realizar un análisis integral de aspectos importantes que permita determinar la viabilidad legal y de mercado para exportar concentrado de maracuyá hacia Alemania en el año 2023	
B. Tipo de Estudio de Documentos	
Según su estructura: Estudio de documentos clásico	
C. Condiciones para la realización del estudio de documentos	
<ul style="list-style-type: none">• Recursos tecnológicos• Disponibilidad de tiempo• Capacidad para analizar datos• Acceso a bases de datos importantes	
D. Guía para el estudio de documentos	
Externo Análisis del mercado Importaciones del producto Páginas web oficiales de Alemania Acuerdos comerciales Aspectos legales Normas de calidad	
Interno Producción de maracuyá Hectáreas de maracuyá Exportaciones de concentrado maracuyá	

Anexo B Evaluación para expertos

1. Valorar si la concepción teórica y práctica del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá refleja los principios teóricos que lo sustentan.
2. Valorar si la concepción estructural y metodológica del estudio de factibilidad legal y de mercado favorecen al logro del objetivo por el cual se elaboró.
3. Valorar si los diferentes puntos de la estructura declaradas en el estudio de factibilidad legal y de mercado son pertinentes a dicho estudio planteado en la investigación.
4. Valorar si se reflejan todo el desarrollo del estudio de factibilidad legal y de mercado son presentados mediante datos estadísticos.
5. Valorar si la teoría propuesta en el estudio de factibilidad legal y de mercado es pertinente para realizar la exportación de concentrado de maracuyá.
6. Valorar el nivel de factibilidad dentro del proceso de exportación planteado teóricamente.
7. Valora el nivel de aplicabilidad del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.
8. Valorar la contribución del estudio de factibilidad legal y de mercado para la exportación de concentrado de maracuyá.
9. Considera Ud. que el estudio de factibilidad legal y de mercado contribuiría para lograr la exportación de concentrado de maracuyá.

Anexo C Importaciones de Alemania

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Alemania en 2022 ⁱ
Producto: 081190 Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar ... ⁱ ⁱⁱ
 Las importaciones de Alemania representan **6,6%** de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es **3**
 La distancia media de los países proveedores es **3102 km** y la concentración de mercado es de **0,07**

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Licitaciones públicas Datos IED Datos arancelarios Normas voluntarias

Descargar

líneas por página: Por defecto (25 por página)

1 2 3 4 5 6

Comercio bilateral	Exportadores	Selección sus indicadores														
		Valor importado en 2022 (miles de USD) ⁱ	Saldo comercial en 2022 (miles de USD) ⁱ	Participación de las importaciones para Alemania (%) ⁱ	Cantidad importada en 2022	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ⁱ	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2018-2022 (% a.a.) ⁱ	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2018-2022 (% a.a.) ⁱ	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2021-2022 (% a.a.) ⁱ	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales ⁱ	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%) ⁱ	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2018-2022 (% a.a.) ⁱ	Distancia media entre los países socios y todos los mercados importadores (km) ⁱ	Concentración de las importaciones de los países socios ⁱ	Arancel medio (estimado) aplicado por Alemania ⁱ
	Mundo	310.405	-235.903	100	156.023	Toneladas	1.989	2	-4	-7		100	13			
	Polonia	55.224	-44.203	17,8	37.143	Toneladas	1.487	0	-2	3	4	6,3	9	1.240	0,1	0
	Canadá	38.340	-37.927	12,4	11.779	Toneladas	3.255	-2	-18	20	2	11,1	11	4.913	0,39	0
	Suecia	27.744	-26.801	8,9	21.409	Toneladas	1.296	-1	-2	11	9	3,3	12	1.647	0,13	0
	Países Bajos	23.964	-12.382	7,4	10.922	Toneladas	2.112	6	-1	-21	11	3,2	4	772	0,16	0
	Lituania	19.810	-19.752	6,4	6.351	Toneladas	3.119	32	29	-10	15	1,8	14	1.339	0,19	0
	Francia	14.433	-14.432	4,6	6.421	Toneladas	2.248	17	11	-12	5	6	15	0.889	0,14	0
	Grecia	10.367	-10.239	3,3	5.515	Toneladas	1.889	-2	-8	-6	20	1,4	11	4.165	0,11	0
	Bélgica	9.401	4.850	3	4.181	Toneladas	2.249	7	6	10	10	3,2	9	1.238	0,15	0
	México	8.879	-8.879	2,9	3.857	Toneladas	2.302	60	48	325	28	0,8	20	2.026	0,22	0
	China	8.839	-8.839	2,8	4.867	Toneladas	1.816	-8	-11	4	13	2,3	1	5.502	0,1	15,2
	Austria	7.684	2.228	2,5	2.985	Toneladas	2.574	-2	-4	-30	38	0,3	-1	698	0,17	0
	Turkey	7.331	-7.330	2,4	3.768	Toneladas	1.946	3	3	-9	17	1,6	22	5.220	0,15	0,5
	Etiopía	6.890	-3.996	2,2	3.557	Toneladas	1.937	9	7	-2	27	0,8	9	1.755	0,13	0
	Italia	6.627	-5.013	2,1	3.955	Toneladas	1.676	-13	-17	-34	19	1,5	-1	1.798	0,18	0
	Vietnam	6.200	-6.200	2	3.188	Toneladas	1.957	19	11	9	7	5	36	4.562	0,28	8,1
	Suecia	5.298	-3.238	1,7	1.991	Toneladas	2.661	-10	-10	-37	22	1,2	14	3.395	0,17	0
	Finlandia	5.010	-4.891	1,6	1.971	Toneladas	2.542	0	2	48	29	0,8	13	2.544	0,16	0
	Lituania	4.815	-4.710	1,6	1.376	Toneladas	3.499	-3	-4	-53	21	1,2	8	1.130	0,09	0
	India	4.136	-3.862	1,3	2.446	Toneladas	1.691	1	-1	-11	26	0,9	0	6.790	0,14	8,1
	Costa Rica	4.051	-4.051	1,3	2.137	Toneladas	1.896	14	1	-33	14	2,2	9	5.430	0,34	0
	Bélgica	3.694	-3.694	1,2	1.013	Toneladas	3.647	19	13	-43	25	1	9	791	0,32	15,2
	Chile	3.643	-3.617	1,2	1.174	Toneladas	3.103	12	-2	-9	3	8,1	17	9.965	0,4	3,3
	Burkina Faso	2.745	-2.728	0,9	1.432	Toneladas	1.917	-5	-6	-31	37	0,4	-3	1.465	0,2	0
	Israel	2.359	-2.359	0,8	548	Toneladas	4.305	67	89	-13	30	0,7	-10	4.534	0,1	0

1 2 3 4 5 6

Anexo D Certificado de circulación de mercancías EUR.1

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS			
1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR-MED N° A 000 000		
	Véanse las notas del reverso antes de rellenar el impres		
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre Y (Indíquese los países, grupos de países o territorios a que se refiera)		
	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino	
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)	7. Observaciones <input type="checkbox"/> Cumulation applied with (nombre del país de los países) <input type="checkbox"/> No cumulation applied. (Márquese con una X el cuadro que corresponda.)		
8. Número de orden; marcas y numeración; número y naturaleza de los bultos [?]; descripción de las mercancías	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m³, etc.)	10. Facturas (mención facultativa)	
11. VISADO DE LA ADUANA Declaración certificada conforme: Documento de exportación [?] Modelo N° del Aduana: País o territorio de expedición En a (Firma)		12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba descritas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. En a (Firma)	

Anexo E Instructivo de llenado del certificado de circulación EUR.1

INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN EUR. 1 CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS

EUR. 1 N°A

El certificado de circulación de mercancías EUR 1 debe completarse o llenarse en uno de los idiomas en los que se ha redactado el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador, Colombia y el Perú, por una Parte, y la Unión Europea y sus Estados Miembros, por Otra (se completara en idioma español) y de conformidad con las disposiciones de la legislación nacional de la Parte exportadora.

Campo 1. Deberá detallarse el nombre completo, denominación o razón social, domicilio completo del exportador y país de exportación.

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR
AV 9 DE OCTUBRE Y MALECÓN
GUATAQUIL-ECUADOR

Campo 2. Deberá indicarse el país, grupo de países o territorio de exportación y de importación.

2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre

UNIÓN EUROPEA

y

ECUADOR

(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)

Campo 3. Al llenarse deberá indicarse el nombre completo, denominación o razón social, domicilio completo del destinatario y país de destino.

3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país)
(opcional)

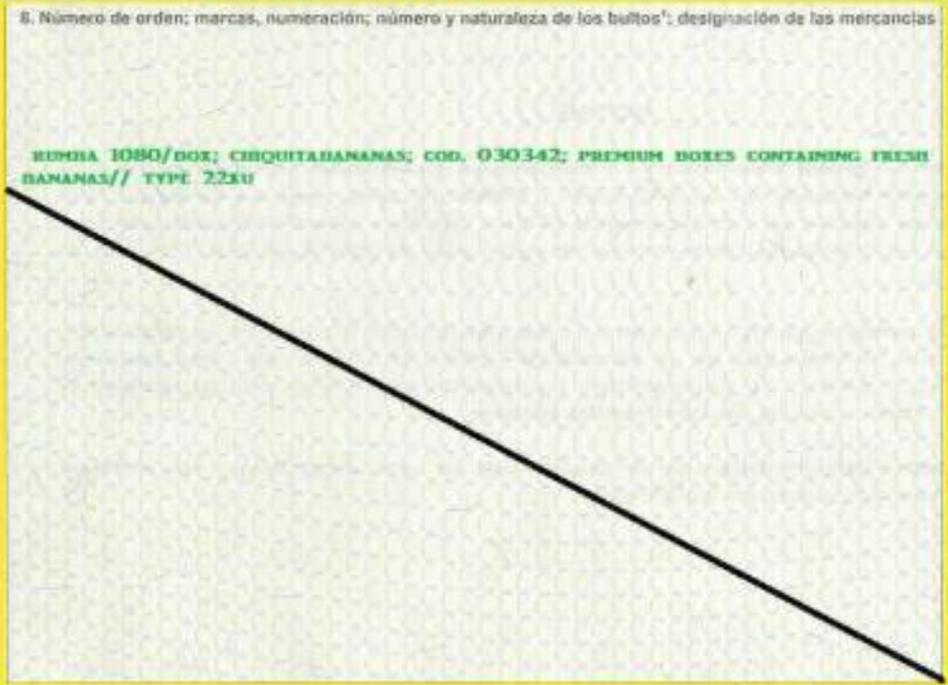
CLOVER ENERGY N.V.
BOOGSTRAAT 20-22, WILLEMSTAD, NETHERLAND
ITALY

Campo 8. Deberá detallarse la descripción de las mercancías, incluyendo número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos; designación de las mercancías y su clasificación arancelaria por lo menos al nivel de partida (cuatro dígitos) conforme al Sistema Armonizado. Tratándose de mercancías que no se encuentren embaladas, se deberá indicar la leyenda "a granel". Las mercancías deberán designarse de acuerdo con los usos comerciales y con el detalle suficiente para que puedan ser identificadas y relacionadas con la descripción contenida en la factura.

En caso de que no se llene por completo la casilla, se deberá trazar una línea horizontal debajo de la última línea de la descripción, y una línea cruzada en el espacio que quede en blanco de tal forma que sea imposible cualquier añadido posterior. Cada mercancía deberá ir precedida por un número de orden.

8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos; designación de las mercancías

ORDEN 1080/DOX; CIRQUITABANANAS; COD. 030342; PREMIUM BOXES CONTAINING FRESH BANANAS// TYPE 22XU



Campo 9. Deberá indicarse la masa bruta (kg.), u otra medida, que indique la cantidad de la mercancía amparada por el Certificado.

9. Masa bruta (kg)
u otra medida
(litros, m³, etc.)

21,816.00
KG



Campo 10. Facturas (Opcional) Esta casilla es de uso opcional. En caso de llenarse deberá indicarse la fecha y el número de la factura o facturas que amparan las mercancías descritas en la casilla 8.

10. Factura
(opcional)

001-001-0000
0225

2017-01-03

Campo 11. Deberá indicarse el lugar y fecha de expedición, autoridad gubernamental competente o Entidad Habilitada en el país de expedición; alguna de esta información puede aparecer en el sello mismo, siempre que aparezca claramente indicada. Deberá presentarse firmado, fechado y sellado por la autoridad gubernamental competente o Entidad Habilitada del país de exportación.

11. VISADO DE LA AUTORIDAD COMPETENTE O LA AUTORIDAD ADUANERA²

Declaración certificada conforme

Documento de exportación²
Modelo No
De

Autoridad Competente o Autoridad Aduanera

País o territorio de expedición,

Lugar y fecha **GUAYAQUIL, 01 DE ENERO DE 2017**
[Firma]
(Firma)



Campo 12. Este campo deberá ser llenado en su totalidad, firmado y fechado por el exportador o su representante autorizado.

12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR

El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado.

Lugar y fecha **GUAYAQUIL, 02 DE ENERO DE 2017**
[Firma]
(Firma)