



Universidad Tecnológica Ecotec

Nombre de la Facultad

Ciencias Económicas y Empresariales.

Título del trabajo:

Análisis de la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia Guayas. Periodo 2020-2022.

Línea de Investigación:

Teoría y Desarrollo Económico - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Modalidad de titulación:

Proyecto de investigación.

Carrera:

Licenciatura en Administración de Empresas

Título a obtener:

Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Negocios Internacionales

Autor (a):

Eduarda Estefanía Moran Murillo.

Tutor (a):

PhD. Ana María Padrón Medina.

Samborondón

Ecuador

2023

ANEXO N°16

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES
DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Samborondón, 21 de agosto de 2023

Magister
Ana María Gallardo
Decana de la Facultad
Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA DE ARAZÁ PARA LA EXPORTACIÓN AL MERCADO ALEMÁN DESDE LA PROVINCIA GUAYAS. PERIODO 2020-2022, según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **MORAN MURILLO EDUARDA ESTEFANIA**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



PhD.. Ana María Padrón Medina
Tutora

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado ANA MARÍA PADRÓN MEDINA, tutor del trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA DE ARAZÁ PARA LA EXPORTACIÓN AL MERCADO ALEMÁN DESDE LA PROVINCIA GUAYAS. PERIODO 2020-2022", elaborado por MÓRAN MURILLO EDUARDA ESTEFANIA, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de (LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN GESTIÓN EMPRESARIAL).

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del (%) , mismo que se puede verificar en el print de pantalla a continuación:

(PONER PRINT DE PANTALLA DEL RESULTADO GENERADO EN PDF)



ANA MARÍA PADRÓN MEDINA

FIRMA DEL TUTOR
PHD. ANA MARÍA PADRÓN MEDINA

Agradecimiento.

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme dado una maravillosa familia, que me ha estado conmigo en todo momento, me han guiado por un buen camino, brindando su sabiduría para así poder enfrentar cualquier obstáculo.

Agradezco infinitamente a las personas que llegaron a mi vida y con sus palabras de aliento me han impulsado a seguir adelante y no dejarme rendir por ningún motivo y siempre han estado para mí.

Dedicatoria

Mi tesis se la dedico a mis papas Cecilia Murillo y Eduardo Moran, por haberme hecho la persona que soy en la actualidad, apoyarme en cada paso que doy en mi vida, sus consejos y toda su paciencia. A mi ñaña Dominique Moran por siempre estar para mí.

Resumen

En los últimos años, la pulpa de araza ha ganado popularidad gracias a sus beneficios y su exquisito sabor. En la provincia del Guayas, se identifica un vasto potencial para la producción de esta pulpa, convirtiendo la región en un protagonista en la exportación de este valioso producto. Destacando entre los destinos principales, Alemania emerge debido a su poder adquisitivo y creciente demanda de productos saludables y exóticos. Sin embargo, la expansión sostenible de esta industria enfrenta un reto crucial: cómo mantener la oferta y la calidad del suministro para satisfacer la creciente demanda. En un contexto de auge global de alimentos saludables, la pulpa de araza ha asegurado su lugar gracias a sus propiedades nutricionales y su versatilidad en la creación de diversos platillos. En esta investigación, nos proponemos analizar las estrategias óptimas para la producción y exportación de pulpa de araza desde la provincia del Guayas hacia Alemania, considerando tanto los aspectos económicos como los medioambientales. Nuestro objetivo es contribuir al fortalecimiento de la industria local y la satisfacción de una demanda internacional en constante evolución.

Palabras Clave: Comercialización, Exportación, Mercado Alemán.

Abstract

In recent years, the pulp of araza has gained popularity thanks to its benefits and its exquisite flavor. In the province of Guayas, a vast potential for the production of this pulp is identified, turning the region into a protagonist in the export of this valuable product. Standing out among the main destinations, Germany emerges due to its purchasing power and growing demand for healthy and exotic products. However, the sustainable expansion of this industry faces a crucial challenge: how to maintain the supply and quality of supply to meet the growing demand. In a context of global boom in healthy foods, araza pulp has secured its place thanks to its nutritional properties and its versatility in the creation of various dishes. In this research, we intend to analyze the optimal strategies for the production and export of araza pulp from the province of Guayas to Germany, considering both economic and environmental aspects. Our objective is to contribute to the strengthening of the local industry and the satisfaction of a constantly evolving international demand.

Keywords: Marketing, Export, German Market

Índice de contenidos

Contenido

Introducción	1
Antecedentes	3
Planteamiento del problema.....	5
Hipótesis	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos	6
Justificación	7
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO.....	10
1. Revisión Literaria.....	10
1.1. Fruta Arazá.....	10
1.1.1. Generalidades.....	10
1.1.2. Clasificación botánica de la fruta arazá.....	11
1.1.3. Morfología de la fruta arazá.....	12
1.1.4. Propiedades nutricionales y medicinales.....	13
1.2. Ubicación geográfica de la producción de la fruta arazá en el territorio ecuatoriano.....	14
1.3. Producción del Arazá	15
1.4. Crecimiento de la planta de arazá: (nombre científico: Sororia)	16
1.5. Idoneidad de la fruta para la extracción de la pulpa	17
1.6. Proceso de extracción de la pulpa	18
1.7. Métodos de extracción de la pulpa de arazá.....	19
1.8. Comercialización y Exportación de pulpa de Arazá	20
1.8.1. La comercialización	21
1.8.2. La exportación de la pulpa de arazá.....	24
1.9. Países exportadores de arazá	25
1.10. Balanza comercial de las exportaciones ecuatorianas en el mercado de frutas....	26

1.11. Marco Referencial.....	28
1.11.1. Organizaciones empresariales que procesan y comercializan productos a base de Arazá.....	31
1.12. Marco Conceptual.....	33
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO.....	35
2.1. Aspectos generales de la investigación.....	35
2.1.1. Métodos de investigación.....	35
2.1.2. Tipo de investigación	35
2.2. Técnicas de recolección de información.....	36
2.3. Variables	37
2.3.1. Operacionalización de variables de investigación	38
2.4. Universo y muestra	38
2.4.1. Criterios de inclusión	39
2.5. Fuentes de recopilación de información	39
2.6. Procedimiento de la investigación	40
2.6.1. Identificación del problema de investigación.....	40
2.7.2. Revisión de la literatura	40
2.7.3. Diseño de la investigación	40
2.7.4. Recopilación de datos	40
2.7.5. Análisis de datos	41
2.7.6. Interpretación y discusión de resultados.....	41
2.7.7. Conclusiones y recomendaciones.....	41
CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
3.1. Resultados de las encuestas	42
3.2. Análisis general de los resultados	58
CAPITULO IV: PROPUESTA.....	60
4.1. Título de la Propuesta	60
4.2. Consideraciones generales de la propuesta.....	60
Evaluación o seguimiento	63
Conclusiones	64
Recomendaciones	66
Bibliografía.....	67
ANEXOS.....	70

Índice de Tablas

Tabla 2	12
Tabla 3	13
Tabla 4	14
Tabla 5	15
Tabla 6	18
Tabla 7	26
Tabla 8	27
Tabla 9	28
Tabla 10	33
Tabla 11	34
Tabla 12	40
Tabla 13	41
Tabla 14	45
Tabla 15	46
Tabla 16	47
Tabla 17	48
Tabla 18	49
Tabla 19	50
Tabla 20	51
Tabla 21	52
Tabla 22	53
Tabla 23	54
Tabla 24	55
Tabla 25	56
Tabla 26	57
Tabla 27	58
Tabla 28	59
Tabla 29	60

Índice de Figuras

Figura 1. Incremento de la producción	45
Figura 2. Pulpa de arazá	46
Figura 3 Políticas de comercialización	47
Figura 4 Calidad del producto	48
Figura 5 Presentación y empaque	49
Figura 6 Certificaciones de calidad y sostenibilidad	50
Figura 7 Canales de distribución	51
Figura 8 Implementación de estrategias de distribución	52
Figura 9 Satisfacción de la demanda	53
Figura 10 Empresa lidera mercado	54
Figura 11 Barreras o restricciones	55
Figura 12 Convenios con el importador	56
Figura 13 Manuales de exportación	57
Figura 14 Potencial de crecimiento	58
Figura 15 Fortalecer la comercialización	59
Figura 16 Manual estratégico	60
Figura 17 Flujograma de procesos	64
Figura 18 Flujograma de procesos logísticos	68

Introducción

La comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas ha sido un tema de gran interés en los últimos años. La pulpa de arazá es una fruta tropical originaria de América del Sur, que ha ganado popularidad debido a sus beneficios para la salud y su exótico sabor. En este sentido, la provincia de Guayas, situada en la costa de Ecuador, cuenta con un gran potencial para la producción de pulpa de arazá, lo que la convierte en un importante exportador de este producto.

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador), el valor de las exportaciones de pulpa de arazá desde Ecuador a nivel mundial aumentó un 58,4% en el período enero a agosto de 2021 en comparación con el mismo período del año anterior. Además, Alemania se encuentra entre los principales destinos de exportación de pulpa de arazá desde Ecuador, junto con los Países Bajos, Estados Unidos y Canadá.

Por otro lado, la Cámara de Comercio Ecuatoriano-alemana (AHKEcuador) destaca que, en general, las exportaciones ecuatorianas a Alemania han aumentado en los últimos años y se espera que continúen creciendo, en parte gracias a la demanda de productos exóticos y saludables como la pulpa de arazá. Sin embargo, también señalan que la competencia en el mercado alemán es fuerte y que los productores ecuatorianos deben cumplir con los requisitos de calidad y seguridad alimentaria exigidos por la Unión Europea para poder ingresar a ese mercado.

El mercado alemán es reconocido por su rigurosidad en términos de calidad y seguridad alimentaria. No obstante, también se destaca por ser atractivo debido a su alto poder adquisitivo y la creciente demanda de productos saludables y exóticos. Por consiguiente, resulta de suma importancia para los productores y exportadores de la provincia de Guayas analizar la comercialización de la pulpa de arazá hacia el mercado alemán, ya que esto podría significar una oportunidad de crecimiento y diversificación en el ámbito internacional. Este estudio académico se centrará en examinar los principales factores que han afectado la comercialización de la pulpa de arazá desde la provincia de Guayas hacia el mercado alemán en el

periodo comprendido entre 2020 y 2022, además de proponer estrategias para mejorar la posición competitiva de los productores ecuatorianos en dicho mercado.

En los últimos años, la industria de alimentos saludables ha experimentado un crecimiento significativo en todo el mundo, y la pulpa de arazá se ha posicionado como un producto altamente valorado por sus propiedades nutricionales y antioxidantes. La pulpa de arazá es rica en vitamina C, fibra, ácido fólico y potasio, lo que la convierte en una opción saludable para consumidores conscientes de su alimentación. Además, su exótico sabor y aroma la hacen atractiva para la industria de alimentos y bebidas, especialmente en la preparación de jugos, helados y postres.

No obstante, la exportación de arazá y su pulpa al mercado alemán implica desafíos y oportunidades que requieren un enfoque adecuado para lograr un éxito sostenible. En este sentido, es necesario llevar a cabo un análisis exhaustivo del mercado alemán y las tendencias de consumo de los consumidores alemanes, así como evaluar la competitividad de los productores de pulpa de arazá de la provincia de Guayas en términos de costos, calidad y certificaciones. También se deben considerar las barreras arancelarias y no arancelarias que puedan obstaculizar el acceso de los productos ecuatorianos al mercado alemán. Esto permitirá identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la comercialización de la pulpa de arazá hacia Alemania, y se propondrán estrategias para mejorar la competitividad.

En este contexto, es esencial llevar a cabo un análisis exhaustivo de la comercialización de la pulpa de arazá en el mercado alemán, que es uno de los principales destinos de exportación de la provincia de Guayas. El mismo permitirá identificar los desafíos y oportunidades más importantes que enfrenta el sector, así como proponer estrategias y acciones concretas para mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado internacional. El objetivo de este estudio es proporcionar información relevante para los productores, exportadores, autoridades y otros actores involucrados en la cadena de valor de la pulpa de arazá en Guayas, con el fin de contribuir al desarrollo económico y social de la provincia y del país en general.

Antecedentes

La comercialización de la pulpa de arazá desde la provincia de Guayas hacia el mercado alemán se ha originado a partir del cultivo de esta fruta en Ecuador. El arazá (*Eugenia stipitata*) es una fruta autóctona de los bosques tropicales de América del Sur y se cultiva principalmente en Colombia, Brasil, Perú, Venezuela y Ecuador.

En Ecuador, la pulpa de arazá ha adquirido relevancia como producto de exportación debido a su sabor exótico y su valor nutricional. Según datos del Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, las exportaciones de pulpa de arazá desde Ecuador aumentaron un 18,5% en el período 2016-2020, pasando de \$2,2 millones en 2016 a \$2,6 millones en 2020.

En cuanto al mercado alemán, este ha sido un destino importante para las exportaciones de pulpa de arazá desde Ecuador. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en 2020 Alemania se posicionó como el segundo destino más relevante de las exportaciones no petroleras de Ecuador, después de Estados Unidos, con una participación del 9,7% del total.

Además, de acuerdo con la Cámara de Comercio Ecuatoriano-alemana, el comercio entre Ecuador y Alemania ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, y se prevé que esta tendencia continúe. En este sentido, el sector de alimentos y bebidas es especialmente prometedor para las exportaciones ecuatorianas hacia Alemania debido a la demanda de productos exóticos y saludables.

El sector agroindustrial ecuatoriano ha experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas, gracias al avance de nuevas tecnologías y a la apertura de nuevos mercados internacionales. La pulpa de arazá se ha posicionado como uno de los productos con mayor potencial exportador en el país debido a sus características nutricionales, su sabor exótico y su versatilidad para ser utilizada en diversos productos alimentarios.

En este contexto, la provincia de Guayas se ha establecido como uno de los principales productores y exportadores de la fruta arazá en su producto procesado

como pulpa. Esto se debe a su clima favorable, así como a la experiencia y capacidad de sus productores y exportadores. Sin embargo, el sector enfrenta desafíos significativos para consolidar su posición en el mercado internacional y competir con otros países productores. Por lo tanto, es crucial realizar un análisis exhaustivo de la comercialización de la pulpa de arazá en el mercado alemán, que es uno de los destinos clave para las exportaciones de Guayas. Este análisis permitirá identificar los desafíos y oportunidades principales que enfrenta el sector, así como proponer estrategias y acciones concretas para mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado global.

En los últimos años, la producción y comercialización de pulpa de la fruta arazá en Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, la producción de arazá en Ecuador aumentó un 67% entre 2015 y 2020, pasando de 5.657 toneladas a 9.438 toneladas. Esto ha permitido a los productores ecuatorianos diversificar su oferta exportable y acceder a nuevos mercados internacionales.

En relación al mercado alemán, se caracteriza por su exigencia en términos de calidad de los productos importados y su preferencia por productos orgánicos y sostenibles. En este sentido, los productores ecuatorianos han trabajado en la implementación de buenas prácticas agrícolas y la certificación de sus productos para cumplir con los requisitos del mercado alemán.

No obstante, la competencia en el mercado alemán es alta, ya que otros países como Colombia y Brasil también buscan ingresar en este mercado. Sin embargo, Ecuador posee una ventaja comparativa en cuanto a la calidad y sabor de su pulpa de arazá, lo que le permite destacarse frente a sus competidores.

La comercialización de la pulpa de arazá hacia el mercado alemán desde la provincia de Guayas representa un mercado en crecimiento, pero altamente competitivo. Para tener éxito en este mercado, los productores ecuatorianos deben enfocarse en la calidad de sus productos, la certificación de sus procesos y la promoción de las características únicas de la pulpa de arazá ecuatoriana.

Planteamiento del problema

El cultivo y comercialización de la pulpa de arazá en Ecuador ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, convirtiéndose en un producto importante para la exportación. Uno de los destinos más importantes para la exportación de pulpa de arazá desde Ecuador es el mercado alemán, debido a la demanda de productos exóticos y saludables en ese país. Sin embargo, la competencia en el mercado alemán es alta, ya que existen otros países productores de pulpa de arazá, como Colombia y Brasil, que también buscan penetrar en este mercado.

Entre los principales desafíos que enfrenta el sector de la pulpa de arazá en Guayas, se encuentra la falta de una política clara de promoción y fomento a la producción y comercialización de este producto. Asimismo, existe una limitada inversión en investigación y desarrollo para mejorar la calidad y certificación de la pulpa de arazá, así como para identificar nuevas oportunidades de mercado.

Otro de los desafíos que enfrenta el sector es la falta de organización y cooperación entre los productores y exportadores de pulpa de arazá en la región. Esta situación dificulta la implementación de estrategias conjuntas para la promoción y comercialización del producto en el mercado internacional, lo que afecta la capacidad de competir con otros países productores de pulpa de arazá.

Además, la pandemia de COVID-19 ha afectado el comercio internacional y ha generado incertidumbre en los mercados, lo que ha impactado negativamente en las exportaciones de pulpa de arazá desde Guayas hacia el mercado alemán. En este sentido, es necesario evaluar los efectos de la pandemia en la comercialización de la pulpa de arazá y adoptar medidas para superar los desafíos que se presenten.

Por tanto, la realización de un análisis detallado de la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas, período 2020-2022, permitirá identificar los principales desafíos y oportunidades

que enfrenta el sector y proponer estrategias y acciones para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector en el mercado internacional.

Ante este panorama, se plantea la necesidad de realizar un análisis detallado de la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas, período 2020-2022, con el objetivo de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta el sector. En particular, se busca responder a la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para el sector de la pulpa de arazá ecuatoriana en el mercado alemán, y cómo pueden ser aprovechadas o mitigadas?

Hipótesis

El análisis de la comercialización de la pulpa de arazá desde la provincia de Guayas al mercado alemán, 2020-2022, revelará que la falta de políticas de promoción, inversión en investigación y desarrollo, y cooperación entre actores, obstaculizan la competitividad. Además, se identificarán oportunidades para mejorar la calidad, certificación y estrategias de promoción, mientras que los efectos de la pandemia requerirán medidas de adaptación y mitigación

Objetivo general

Analizar la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas durante el período 2020-2022

Objetivos específicos

- Caracterizar los procesos de comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al Mercado alemán desde la provincia Guayas.
- Analizar y caracterizar las exportaciones de pulpa de arazá hacia el mercado alemán desde la provincia de Guayas.
- Proponer una guía de exportación para la pulpa de arazá y sus subproductos hacia el mercado alemán.

Justificación

La importancia del tema propuesto radica en la importancia que tiene el sector de la pulpa de arazá en la provincia de Guayas y su potencial de exportación al mercado alemán. La pulpa de arazá es un producto con un alto valor nutricional y gastronómico, y su demanda a nivel internacional está en aumento debido a su creciente reconocimiento como un superalimento. Además, la provincia de Guayas es uno de los principales productores de pulpa de arazá en Ecuador y cuenta con ventajas comparativas en cuanto a la calidad y cantidad de su producción.

Sin embargo, el sector productivo de pulpa de fruta arazá en la provincia de Guayas se enfrenta a desafíos significativos para competir en el mercado internacional, especialmente en el mercado alemán, que es conocido por su preferencia de alimentos saludables y sostenibles. La falta de información actualizada y precisa sobre las tendencias y demandas del mercado alemán, así como los estándares y requisitos de calidad necesarios para ser competitivos, limita la capacidad del sector para aprovechar las oportunidades de exportación y mejorar su competitividad y sostenibilidad.

Por lo tanto, es crucial realizar un análisis exhaustivo de la comercialización pulpa de fruta arazá en el mercado alemán desde la provincia de Guayas. El objetivo es identificar los principales desafíos y oportunidades que enfrenta el sector, y proponer estrategias y acciones concretas para mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado internacional. Este análisis permitirá maximizar las oportunidades de exportación y mejorar la calidad y eficiencia de la cadena de valor de la pulpa de arazá en la provincia.

Además, este estudio contribuirá al desarrollo económico y social de la provincia de Guayas y del país en general, al fomentar el comercio internacional, generar empleo y agregar valor en la cadena de valor de la pulpa de fruta arazá. También mejorará la imagen y reputación de la pulpa de arazá ecuatoriana en el mercado internacional al demostrar su calidad y capacidad para cumplir con los estándares y requisitos del mercado alemán.

Es importante destacar que este estudio beneficiará no solo a los productores y exportadores de pulpa de arazá en la provincia de Guayas, sino también a otros

actores importantes en la cadena de valor, como proveedores de insumos y servicios, transportistas y comercializadores. Además, al mejorar la competitividad y sostenibilidad de la pulpa de arazá ecuatoriana en el mercado alemán, se abrirán nuevas oportunidades de negocio y diversificación de la producción, lo que a su vez mejorará la calidad de vida y el bienestar de las comunidades locales.

La realización de este estudio permitirá obtener información actualizada y precisa sobre las tendencias y demandas del mercado alemán y los requisitos y estándares de calidad que deben cumplir los productos para ser competitivos en dicho mercado, lo que a su vez contribuirá a mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector de la pulpa de arazá en la provincia de Guayas.

La realización de este estudio permitirá obtener información valiosa para la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas en materia de comercio internacional y promoción de exportaciones. El conocimiento adquirido a través de esta investigación podrá ser utilizado por el gobierno y otros actores relevantes para diseñar estrategias y programas que fomenten el desarrollo del sector de la pulpa de arazá y de otros productos no tradicionales en Ecuador.

Otra razón por la cual es importante realizar este estudio es porque contribuirá al fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales de los actores involucrados en la cadena de valor de la pulpa de arazá. Al contar con información precisa y actualizada sobre los estándares y requisitos del mercado alemán, los productores y exportadores podrán mejorar la calidad de sus productos y adaptarse mejor a las exigencias del mercado internacional, lo que a su vez se traducirá en una mejora de su competitividad y rentabilidad.

La realización de este estudio tendrá un impacto significativo al identificar las oportunidades y desafíos que enfrenta el sector de la fruta arazá, y al proponer estrategias y acciones concretas para superarlos y aprovechar todo su potencial en el mercado internacional.

El objetivo principal de este estudio se centra en analizar la comercialización de la pulpa de arazá, específicamente para su exportación al mercado alemán desde la

provincia de Guayas, durante el periodo de 2020 a 2022. La investigación se llevará a cabo utilizando una metodología deductiva, que permitirá partir de teorías y conceptos generales para llegar a conclusiones específicas relacionadas con el tema en cuestión. Mediante este enfoque, se podrá caracterizar la situación actual del sector, identificar las oportunidades y desafíos que enfrenta, y proponer estrategias y acciones concretas para su desarrollo y crecimiento en el mercado internacional.

Además de proporcionar información valiosa y actualizada sobre la comercialización de la pulpa de fruta como el arazá en la provincia de Guayas, este estudio permitirá identificar oportunidades y desafíos específicos relacionados con su exportación al mercado alemán. Asimismo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los factores clave que afectan la competitividad del sector, como la calidad del producto, los precios, la logística y la normativa sanitaria. Este enfoque resulta innovador en el contexto actual de la globalización y la internacionalización de los mercados.

Por otro lado, la investigación propuesta generará conocimiento sobre la cadena productiva de la pulpa de arazá en la provincia de Guayas, lo cual incluirá la identificación de los actores involucrados, los procesos productivos y la infraestructura necesaria para su exportación al mercado alemán. Esta perspectiva es de gran importancia, ya que la información recopilada puede ser utilizada para orientar el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales que impulsen el desarrollo sostenible y la competitividad del sector en el mercado internacional.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1. Revisión Literaria

1.1. Fruta Arazá

1.1.1. Generalidades

La Arazá es una fruta poco común, con un sabor y olor muy distintivos, pero que es muy rica en vitaminas. Uno de los principales desafíos que enfrenta la Arazá es la falta de conocimiento que existe en el mercado y entre las personas acerca de esta fruta, especialmente en cuanto a sus propiedades y beneficios. Esta falta de información ha ocasionado que dentro del mercado no exista una alta demanda de la misma.

La región de la planicie amazónica alberga la mayor concentración de arazá silvestre, que es el entorno natural de esta especie. La mayoría de su territorio se encuentra a altitudes inferiores a los 350 a 400 metros, aunque también existen áreas con elevaciones que oscilan entre los 600 y 650 metros. La temperatura promedio se sitúa entre los 25°C y 28°C, y el rango anual de precipitaciones varía de 1700 mm a 3200 mm (Ferreira y Gentil 2009).

Debido a su sabor ácido, el consumo directo de arazá no es común, sin embargo, es adecuado para la producción de jugos, mermeladas, yogures, helados y vinos. En términos de producción industrial, se utiliza para obtener pulpa congelada, fruta deshidratada y, debido a su agradable aroma, se puede extraer para la creación de perfumes o colonias.

Según la descripción proporcionada, el arazá es una fruta que se encuentra en climas tropicales y se adapta muy bien a áreas calurosas y húmedas. Sin embargo, también ha logrado adaptarse en diferentes regiones de Ecuador y Brasil, donde la temperatura promedio es de 22°C y la altitud alcanza los 575 metros. Su ubicación aproximada se sitúa alrededor de los 48° Este y los 21° Sur. El clima desempeña un papel fundamental en el cultivo exitoso del arazá.

La planta prospera en regiones donde la temperatura mensual promedio se encuentra entre los 18°C y los 30°C. Aunque no se ha realizado un estudio exhaustivo sobre la influencia de la temperatura en su desarrollo, se ha observado

que la floración es mínima durante el mes con la temperatura media más baja en la región amazónica (Martillo, Apolo y Duque 2010).

El profesor de botánica estadounidense Rogers Mc Vaugh descubrió la fruta, y su descripción botánica fue publicada en 1956 en la revista Fieldiana Botany, editada por el Museo de Historia Natural de Campo en la ciudad de Chicago, Estados Unidos. En dicha publicación, se la mencionó como la guayaba amazónica.

El arazá tiene su origen en diferentes áreas de la Amazonia, en particular en los ríos Marañón (de color rojo) y Ucayali (de color verde), como se muestra en la figura #1. Estos ríos se desplazaron hacia el sur dentro de la Amazonia peruana, y fue en esa región donde esta fruta se desarrolló. Con el tiempo, se expandió y se compartió en la Amazonia de Colombia, Brasil y Ecuador. Actualmente, el cultivo de esta fruta involucra principalmente a cuatro países: Colombia, Ecuador, Perú y Brasil, debido a su ubicación geográfica favorable. Sin embargo, según un estudio reciente, Costa Rica y Bolivia también están en proceso de producción, aunque en una escala más reducida para atender a mercados específicos (Tapia y Fries 2007).

1.1.2. Clasificación botánica de la fruta arazá

Tabla 2

Clasificación botánica de la fruta

Nombre binomial - Eugenia stipitata	
Reino Vegetal:	Plantae
División:	Magnoliophyta
Clase:	Magnoliopsida
Subclase:	Rosidae
Orden:	Myrtales
Familia:	Myrtaceae
Subfamilia:	Myrtoideae
Tribu:	Myteae
Género:	Eugenia
Especie:	E. stipitata Mc Vaugh
Sub-especies:	*Eugenia stipitata Subsp. Sororia *Eugenia stipitata Subsp. Stipitata

Nota: Tomado de <http://www.bolsaamazonia.com.br/>

En la región Amazónica, se encuentran numerosas especies frutales nativas con un gran potencial que, si se utilizan de manera sostenible, podrían contribuir al desarrollo local. Entre estas frutas regionales, el arazá ha despertado interés debido a las características organolépticas de su fruto y al rendimiento de la planta. El fruto jugoso del arazá posee un aroma y sabor agradable, aunque no se puede consumir directamente. Sin embargo, se puede utilizar en la industria alimentaria para elaborar diversos productos (Laverde 2010).

1.1.3. Morfología de la fruta arazá

De acuerdo con el apoyo presentado por el investigador Rogers Mc Vaugh su morfología se encuentra dividida en dos sub especies. La sub especie *Eugenia stipitata*, *Sororia* y la sub especie *Eugenia stipitata*, *Stipitata* (García Espinoza 2016). Las cuales son presentadas en la siguiente tabla 2:

Tabla 3

Características morfológicas de las especies de Arazá

Características	Subespecies	
	Stipitata	Sororia
Altura de la planta (m)	dic-15	1,5-5
Follaje	Disperso	Denso
Tamaño de las hojas (cm)	8-18 x 3,5-	6,5-13 x 2,5-4.5
Nervaduras laterales en la cara superior de las hojas	9.5	Raramente evidente
Pilosidad en la cara inferior de las hojas	Conspicuas	Ausente
Tamaño de las flores	Presente	Menores
Número de estambres	Mayores	75
Pilosidad en la base del estilete	100-150	Presente
Pilosidad del epicarpio	Ausente	Poco pubescente
Superficie del epicarpio	Pubescente	Lisa
Aroma	Áspera	Fuerte
Sabor	Débil	Agridulce
Tamaño de los frutos (cm)	Ácido	2-12 x 1.5-15
Peso (g)	3-5 x 4-7	30-800
Rendimiento en pulpa (%)	20-50	40-90
Inicio de la fase productiva (años)	20-40	2
	5	

Nota: tomado de Arazá cultivo y utilización; Manual técnico. Elaborado por: La investigadora

1.1.4. Propiedades nutricionales y medicinales

Se conoce que la fruta arazá posee diversas propiedades nutricionales y medicinales. A continuación, se detallan algunas de ellas:

Tabla 4

Propiedades del Arazá

Propiedades	Características
Alto contenido de vitamina C:	El arazá es reconocido por su elevado contenido de vitamina C, incluso superior al de la naranja. La vitamina C es un componente antioxidante que ayuda a fortalecer el sistema inmunológico, promueve la absorción de hierro y contribuye a la salud de la piel.
Fuente de vitaminas A y B1:	La vitamina A es esencial para la salud de la visión, el sistema inmunológico y la piel, mientras que la vitamina B1 juega un papel importante en el metabolismo de los carbohidratos y el funcionamiento del sistema nervioso.
Minerales esenciales:	El arazá es rico en minerales como el potasio, el calcio, el magnesio, el hierro y el fósforo. Estos minerales desempeñan funciones clave en el organismo, incluyendo el mantenimiento de la salud ósea, la regulación de la presión arterial, la producción de energía y la formación de glóbulos rojos.
Propiedades antioxidantes	El arazá contiene compuestos antioxidantes, como los polifenoles, que ayudan a proteger las células del daño causado por los radicales libres. Estos antioxidantes contribuyen a la prevención de enfermedades y al envejecimiento saludable.
Efecto antiinflamatorio	Algunos estudios han sugerido que el consumo de arazá puede tener propiedades antiinflamatorias. Esto puede ser beneficioso para reducir la inflamación en el cuerpo y aliviar ciertas condiciones inflamatorias.
Beneficios digestivos	El arazá es una fruta rica en fibra, lo que favorece la salud digestiva al promover el tránsito intestinal y prevenir problemas como el estreñimiento.

Nota: Propiedades medicinales y nutricionales de la fruta

Es importante considerar el hecho de que esta fruta ofrece numerosos beneficios nutricionales y medicinales, se recomienda consultar a un profesional de la salud

antes de incorporarlo de manera regular en la dieta, especialmente si se tienen condiciones médicas preexistentes o se está tomando algún medicamento.

Tabla 5

Tabla Nutricional

Contenido	Porcentaje
Proteína,	11,9 %
Azúcares,	49,2 %
Fibra dietaria	39 %
Ceniza.	4 %
Su contenido de agua es de	90 a 94 %.

Aminoácidos	Glutamina, Asparagina, Alanina, Leucina, Lisina, Arginina, Fenilalanina, Isoleucina.
--------------------	---

Nota: (Cartay 2020)

1.2. Ubicación geográfica de la producción de la fruta arazá en el territorio ecuatoriano

Las plantaciones de arazá han crecido significativamente, especialmente en la región de Santo Domingo de los Tsáchilas, en los periodos recientes como resultado de la creciente demanda en el mercado mundial.

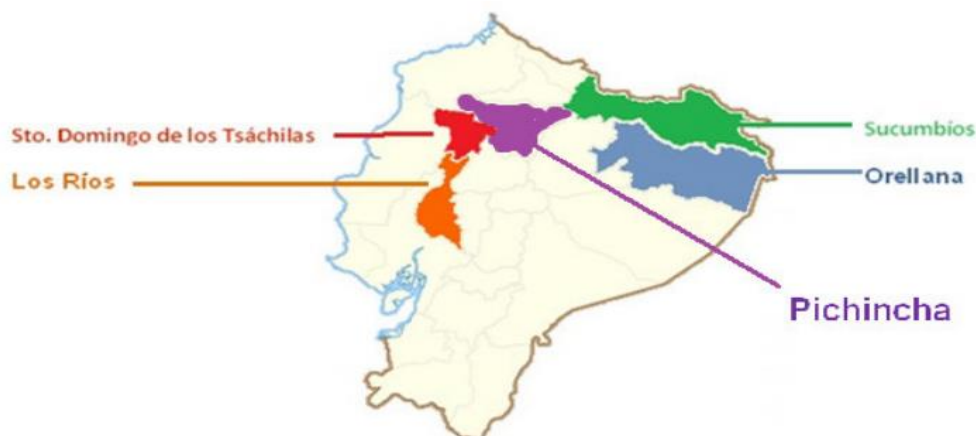


Figura 1 *Distribución geográfica de la producción de Arazá en el Ecuador*

La imagen muestra la distribución geográfica dentro del mapa del Ecuador, en donde se realizan actividades agrícolas relacionadas con la venta de frutas Arazá. Estas ciudades son Los Ríos, Santo Domingo de los Táchiras, Sucumbíos y Orellana. La provincia de Los Ríos, resaltada en naranja en la imagen, está cerca del Guayas y tiene una larga trayectoria en la producción y comercialización de esta fruta con proveedores de confianza en la región.

De acuerdo a los datos que se presentan en la tabla 2 y los cultivos destacados en Ecuador, tanto en el mercado nacional como internacional, se ha optado por seleccionar la subespecie sororia de la fruta arazá debido a su exquisito sabor agridulce. Sin embargo, esta subespecie presenta algunas desventajas en comparación con su contraparte, la subespecie stipitata. Por ejemplo, la sororia es más delicada debido a su superficie lisa, y su producción es menor debido a la altura del árbol que la limita. Además, su floración es menos abundante. De igual manera, el fruto de la sororia es recompensado por su fase de inicio de reproducción, ya que puede reproducirse en solo dos años, mientras que la stipitata lo logra en cinco años. Todo esto se ve compensado por su sabor y aroma únicos, lo que lo clasifica como una de las mejores esencias aromáticas tropicales que Ecuador ofrece (Evangelista Cabrera 2013).

En Ecuador, se estima que hay 8.032.517 hectáreas de tierras utilizadas para actividades agropecuarias, donde se encuentran ubicadas 842.882 Unidades de Producción Agrícola (UPAS). Aproximadamente el 75% de la propiedad agrícola está en manos de productores que poseen menos de 10 hectáreas. No hay estadísticas oficiales específicas sobre pequeños productores agropecuarios, ya que la dificultad radica en relacionar la producción campesina con el tamaño del terreno. En cambio, se enfoca en otras variables, como la importancia relativa de la utilización de los recursos de la finca en la conformación del ingreso familiar (Loaiza, Ponce y Fiallos 2018).

1.3. Producción del Arazá

La pulpa extraída de esta fruta es relativamente fácil de obtener a pequeña escala para la industria agrícola. La pulpa como tal, corresponde al peso de 70 µl de fruta

fresca, dando 51,5 µl de pulpa purificada. Después de la extracción, la pulpa se puede almacenar en bolsas o recipientes de plástico a temperaturas inferiores a 10 °C. Las frutas se utilizan para hacer jugos, néctares, helados y mermeladas. Por su alto contenido en pulpa (70%), se puede combinar con otras frutas. Además, por su agradable y exótico aroma, esta fruta ofrece la posibilidad de obtener un principio activo aromático que puede ser utilizado en la industria de la perfumería (Loaiza, Ponce y Fiallos 2018).

La etapa de producción del arazá inicia en el segundo año de cultivo, y durante este proceso la planta genera simultáneamente flores y frutos. La cosecha de esta fruta se realiza en períodos específicos que abarcan los meses de noviembre a enero, abril a junio y septiembre a octubre. Su cultivo se concentra principalmente en la costa ecuatoriana, aunque también se lleva a cabo de manera limitada en la región del Oriente, especialmente en las provincias de Pichincha (Noroccidente y Santo Domingo), Los Ríos, Sucumbíos y Orellana.

Es importante tener en cuenta que la fruta es extremadamente susceptible a sufrir daños durante su manipulación y transporte, especialmente cuando alcanza su madurez. Por este motivo, se recomienda recolectarla cuando aún se encuentra en una etapa casi verde, conocida como "pintón", aproximadamente 82 días después de la floración (Simbaña 2010).

En Ecuador, el cultivo de arazá se ha extendido a todas las provincias amazónicas. Por lo tanto, el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), en colaboración con la Estación Experimental Central de la Amazonía ubicada en la provincia de Orellana, está promoviendo el cultivo de arazá para que las familias en áreas rurales puedan adoptar esta fruta en beneficio de sus comunidades. Actualmente, el Programa de Fruticultura de la Estación Central de la Amazonía del INIAP está difundiendo la tecnología para el manejo del cultivo en la región amazónica.

1.4. Crecimiento de la planta de arazá: (nombre científico: Sororia)

El proceso de crecimiento de la planta de arazá (sororia) se compone de varias etapas distintas. Comienza con la germinación de la semilla, dando lugar a la

formación de una plántula que eventualmente desarrolla raíces, tallo y hojas. A medida que la planta continúa su crecimiento, se fortalece y adquiere mayor altura.

Conforme progresa, la planta de arazá desarrolla ramificaciones laterales y adopta una estructura arbustiva. Con el tiempo, comienza a producir flores, las cuales son esenciales para la posterior formación de los frutos.

Es importante tener en consideración que el crecimiento de la planta de arazá puede verse influenciado por las condiciones ambientales, como la temperatura, humedad y la disponibilidad de nutrientes. Asimismo, un manejo adecuado del cultivo, que incluya técnicas de poda y fertilización, puede favorecer un crecimiento más óptimo de la planta.

Es decir que el crecimiento de la planta de arazá (sororia) involucra la germinación de la semilla, el desarrollo de raíces, tallo y hojas, la aparición de ramificaciones laterales, la producción de flores y, finalmente, la maduración de los frutos.

Cabe notar que el crecimiento de esta planta es rápido y sostenido, llegando a producir cerca de 10 kg a partir del segundo año. Sin embargo, su reproducción puede alcanzar los 25-30 kg en su desarrollo completo, sin superar una altura máxima de 5 metros (Ferreira y Gentil 2009).

Tabla 6

Características del crecimiento de la planta

Características	Años después de la plantación en el lugar definido			
	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Altura de la planta	1.1	1.4	1.8	2.1
Diámetro de la copa	1.3	1.9	2.2	2.3
Diámetro del tronco	4.5	5.8	6.4	7.5

Nota: Fuente: (Evangelista Cabrera 2013) Elaborado por la investigadora.

1.5. Idoneidad de la fruta para la extracción de la pulpa

Un árbol grande de sororia, puede producir más de 70 frutas por cosecha. El peso de cada fruta es basado al peso que se presenta (30 g a 800 g) como lo indica el (cuadro #7), sacando el peso promedio de los frutos obtenemos un valor de 415g por cada fruta (Ferreira y Gentil 2009).



Figura 2 Estado de maduración del arazá

Nota: (Ferreira y Gentil 2009)

Como se muestra en la imagen la fruta en la (figura 2) presenta irregularidades o imperfecciones en su forma, es decir, mantiene pequeñas deformaciones, debido al proceso de la maduración. El fruto en si no es redonda y se asemeja a una figura semi ovalada. Su color es muy atractivo frente a la luz y es muy agradable el brillo que presenta el fruto.

Cálculo de un valor promedio de producción de una planta

- N° de frutas que produce cada planta (70 frutas x/c plantas).
- Peso de cada fruta promedio 415g x/c fruta.
- $70 \text{ frutas} \times 415\text{g} = 27.016\text{g}$ por cada planta a producir.

1.6. Proceso de extracción de la pulpa

El proceso preliminar a la extracción de la pulpa de la fruta son las siguientes:

- Recepción.
- Lavado y desinfección
- Selección
- Pelado

- Escaldado

Recepción: La fruta es recibida y sometida a un proceso de pesaje y análisis de calidad para obtener los rendimientos finales.

Limpieza: La limpieza puede realizarse de forma seca, mediante tamizado, aspiración, cepillado y separación magnética, o de forma húmeda, a través de lavado por inmersión, lavado por aspersión, flotación o una combinación de métodos.

Desinfección: Se aplica un producto para eliminar la carga microbiana presente en la fruta.

Selección: Se inicia eliminando unidades partidas, rotas, podridas, quemadas por frío o deformadas. Posteriormente, se realiza una selección basada en peso, tamaño, forma, color y madurez.

Clasificación: La fruta se separa según propiedades específicas con el objetivo de obtener una calidad óptima.

Pelado: Se remueve la piel o cubierta externa de la fruta, utilizando diferentes métodos como el manual, físico, mecánico, enzimático o una combinación de ellos.

Escaldado: Se aplica un tratamiento térmico breve a las frutas con el fin de ablandar los tejidos, reducir la contaminación superficial e inactivar enzimas que podrían afectar características como el color, sabor, aroma y apariencia. En algunas frutas, el escaldado fija el color, expulsa el aire intracelular y elimina aromas desagradables (INIAP 2011).

1.7. Métodos de extracción de la pulpa de arazá

Existen diferentes métodos para extraer la pulpa de arazá, a continuación, se mencionan algunos de ellos:

Método de trituración manual: En este método, se corta la fruta por la mitad y se extrae la pulpa manualmente utilizando una cuchara o utensilio similar. Se debe tener cuidado de no dañar las semillas durante el proceso.

Uso de licuadora o procesador de alimentos: Este método es adecuado para grandes cantidades de fruta. Se coloca la fruta pelada y sin semillas en la licuadora o procesador de alimentos y se procesa hasta obtener una pulpa suave y homogénea.

Uso de tamizado: Después de triturar la fruta, se coloca la masa en un tamiz o colador de malla fina. Mediante movimientos de presión y agitación, se separa la pulpa de los residuos sólidos, dejando pasar la pulpa a través del tamiz.

Uso de prensa o exprimidor: Este método es ideal para extraer grandes cantidades de pulpa. Se utiliza una prensa o exprimidor para aplicar presión sobre la fruta y exprimir la pulpa. El jugo resultante se recolecta y se separa de los residuos sólidos.

Uso de extractor de jugos: Los extractores de jugos son máquinas diseñadas específicamente para extraer la pulpa de las frutas. Se coloca la fruta en el extractor y se utiliza la acción de centrifugación para separar la pulpa del jugo.

Estos son solo algunos métodos comunes para extraer la pulpa de arazá. La elección del método dependerá de la cantidad de fruta, los recursos disponibles y las preferencias del productor. Es importante seguir las buenas prácticas de higiene durante el proceso de extracción para garantizar la calidad y seguridad de la pulpa (Laverde 2010).

1.8. Comercialización y Exportación de pulpa de Arazá

El Ecuador es un país que últimamente está tratando de producir a mayor escala la fruta arazá es por ello que, el Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) está fomentando el cultivo de arazá en los sistemas agroforestales, esto quiere decir que se está tratando de potenciar la producción del arazá por medio de programas o proyectos agroforestales para así competir contra el resto de países que se encuentra produciendo el fruto en un mayor nivel, y que se pueda realizar exportaciones a países como Estados Unidos, Alemania, Francia, Holanda y España debido a que estos países tienen gran apreciación hacia los frutos tropicales o exóticos.

La agricultura en la región amazónica en los últimos años ha tomado fuerza gracias al apoyo productivo que el Gobierno Nacional ha dado a través de programas y proyectos de desarrollo. En enero del 2011 mediante compromiso presidencial SIGOB 15031, nace la Agenda de Transformación Productiva Amazónica en la que intervienen de acuerdo a sus competencias cinco instituciones claves para el cambio de la matriz productiva.

Los campesinos de la región amazónica tienen mayor participación en el mercado local, es por eso que han logrado agruparse para formar asociaciones de agricultores a nivel de cada provincia. Los agricultores aprovechan los frutos que les da la tierra para emprender proyectos de fabricación de alimentos procesados como mermeladas, pulpas y jugos congelados (INIAP 2011).

1.8.1. La comercialización

La comercialización engloba un conjunto de estrategias, actividades y procesos diseñados para introducir productos y servicios en el mercado y fomentar la interacción con los consumidores. Se trata de un proceso integral que abarca desde la investigación y el análisis de mercado hasta la determinación de precios, la distribución, la promoción, las ventas y la gestión de las relaciones con los clientes (Vergara 2012).

La comercialización tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, generando demanda y agregando valor al producto o servicio. Para lograrlo, implica el análisis del mercado y la comprensión de las preferencias y comportamientos de los consumidores, así como el diseño de estrategias de marketing apropiadas. Es decir que la comercialización se centra en comprender, atraer y persuadir a los consumidores para que adquieran un producto o servicio, mediante la planificación, ejecución y control de actividades relacionadas con la oferta, el precio, la distribución y la comunicación. El objetivo final es lograr un intercambio exitoso y satisfactorio tanto para la empresa como para los consumidores.

En el caso específico de la comercialización de la fruta de arazá, implica llevar a cabo una serie de actividades y estrategias para introducir y promover la venta de

este producto en el mercado, ya sea en su forma fresca o procesada. Estas actividades abarcan desde la producción y recolección de las frutas hasta su distribución, promoción y venta al consumidor final (Suarez 2022).

La comercialización de frutas comienza con la producción en los cultivos. Los agricultores cultivan y cosechan las frutas, asegurándose de que cumplan con los estándares de calidad y estén en condiciones óptimas para su comercialización.

Después de la cosecha, las frutas se empacan y clasifican según su tamaño, calidad y variedad. Este proceso garantiza que las frutas lleguen a los consumidores en condiciones adecuadas y cumplan con los requisitos de los mercados.

Las frutas se distribuyen a través de diferentes canales de comercialización. Estos pueden incluir mayoristas, minoristas, supermercados, mercados locales o incluso exportación a otros países. Los intermediarios juegan un papel importante en la distribución, ya que ayudan a transportar y almacenar las frutas de manera adecuada.

La promoción y publicidad son elementos clave para dar a conocer las frutas y generar demanda en el mercado. Se pueden utilizar diversas estrategias de marketing, como campañas publicitarias, degustaciones en tiendas, presencia en ferias y eventos, y el uso de redes sociales y sitios web para destacar las características y beneficios de las frutas.

En la comercialización de las frutas como el arazá, la calidad y la frescura son aspectos fundamentales. Los consumidores buscan frutas frescas, sabrosas y saludables. Por lo tanto, es crucial que las frutas se manejen correctamente durante la cadena de distribución, controlando factores como la temperatura y el tiempo de almacenamiento (Nastur, et. al, 2016).

En la comercialización de frutas, es crucial tener en cuenta las temporadas específicas de producción, lo que requiere una planificación y gestión adecuada de la oferta y la demanda. Además, la comercialización de estos productos implica ofrecer una amplia gama de opciones para satisfacer las preferencias de los consumidores, incluyendo diversas presentaciones como frutas frescas, pulpa congelada o productos derivados de las mismas (Suarez 2022).

La comercialización de frutas está sujeta a regulaciones y estándares de calidad y seguridad alimentaria. Esto implica cumplir con normativas relacionadas con el etiquetado, el uso de pesticidas, la higiene y otros aspectos que garanticen la calidad y la inocuidad de las frutas.

Los principales aspectos que involucran el proceso de comercialización, incluyen los siguientes:

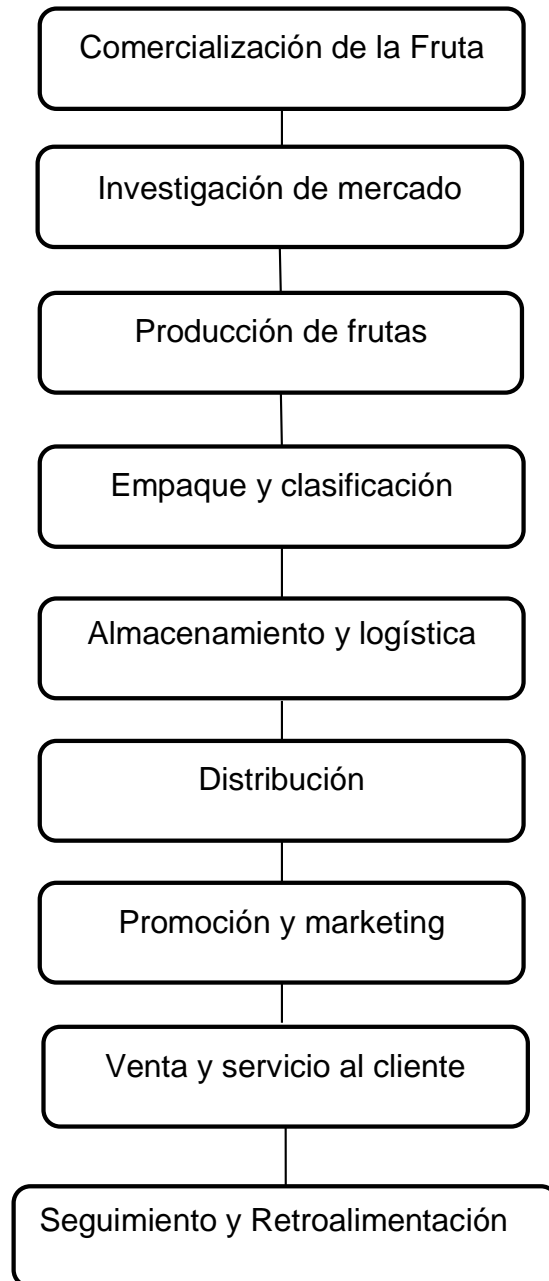


Figura 3. Procesos de comercialización

La comercialización de frutas abarca todos los pasos desde la producción hasta la distribución y promoción de dichos productos. Es fundamental garantizar la calidad, frescura y diversidad de las frutas, además de cumplir con las normativas y estándares establecidos. Para lograr una comercialización exitosa, es necesario comprender y satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores, así como adaptarse a los cambios en el mercado (Nastur, et. al, 2016).

1.8.2. La exportación de la pulpa de arazá

Según la CEPAL (2013), el término "exportación" se refiere a la venta y envío de bienes o servicios producidos en un país a clientes o empresas ubicadas en otro país. Este proceso desempeña un papel fundamental en el comercio internacional y puede contribuir al crecimiento económico de un país al generar ingresos por las ventas en mercados extranjeros.

En términos teóricos, la exportación implica la venta de productos y servicios fabricados en un país a clientes o empresas situadas en otros países. Es un componente esencial del comercio internacional y una fuente importante de ingresos para las economías nacionales. Las actividades relacionadas con el comercio internacional hacia países extranjeros requieren que los fabricantes, distribuidores e incluso las agencias navieras cumplan con diversos requisitos, especialmente en los mercados de países desarrollados, que suelen tener estándares exigentes (Llaca y Villalonga 2006).

Por exportación de pulpa de arazá se entiende a la salida del producto (pulpa de arazá) de un país hacia mercados externos. Con respecto al arazá, aun no existe una oferta de este producto establecida a nivel nacional. Sin embargo, es preciso mencionar el principal país exportador del arazá como tal para tener una idea más clara de cuanto es la cantidad a nivel mundial de las exportaciones del arazá (Valenzuela 2012).

Concentrándose en la industria del Arazá el crecimiento de la misma se ve perjudicado debido a la poca producción por la cual no se logra suplir la necesidad, bajando el consumo por ser una fruta que no se consigue constante o fácilmente en los mercados, es algo esporádico con relación a sus ventas. Concepto que

también perjudica el precio al público puesto que es más costoso debido a su poca oferta. Por otro lado, no todo son complicaciones la industria ya cuenta con una asociación que motiva e impulsa a su producción generando apoyo a los consumidores, noticia que alegra al gremio puesto que se proyecta a que cada día exista más producción y la fruta se estabilice en los mercados es decir siempre esté disponible para su consumo (Pedraza 2014).

1.9. Países exportadores de arazá

La fruta arazá corresponde al grupo de frutas tropicales, para el año 2020 - 2021, Observatory of Economic Complexity (OEC) publicó los siguientes datos, indicando la cantidad en millones de dólares:

Tabla 7

Exportadores

Países	Volumen 2020	Volumen 2021
México	\$3,34MM	\$3,8MM
Países Bajos	\$1,51MM	\$1,58MM
Perú	\$1,15MM	\$1,5MM
Costa Rica	\$1,02MM	\$1,14MM

Nota: Extraído de: (OEC 2021)

De esta manera, se visualiza que México experimenta un aumento en el volumen total de exportaciones, los Países Bajos también muestra un incremento en el volumen total, lo que podría sugerir un aumento en la demanda de frutas exóticas que se importan y reexportan desde este país,

En este caso, Perú registra un crecimiento en el volumen total mientras que Costa Rica sugiere un incremento en las exportaciones de frutas exóticas como la piña, el mango o el banano, que son productos destacados en la oferta exportable.

Entre los principales países exportadores de arazá, se encuentran:

Tabla 8

Países exportadores de Arazá

País	Volumen de Exportación	Destinos Principales
Brasil	Alto	Estados Unidos, Europa, Asia
Colombia	Medio	Estados Unidos, Canadá, Europa
Ecuador	Medio	Estados Unidos, Europa, Asia
Perú	Medio	Estados Unidos, Europa, Asia
Venezuela	Bajo	Países vecinos en América Latina
Bolivia	Bajo	Países vecinos en América Latina
Paraguay	Bajo	Países vecinos en América Latina
Guyana	Bajo	Estados Unidos, Canadá, Europa
Surinam	Bajo	Estados Unidos, Canadá, Europa
Guayana Francesa	Bajo	Francia, Europa

Nota: Los países son los principales exportadores, de acuerdo con la (OEC 2021)

Es importante tener en cuenta que el volumen de exportación puede variar a lo largo del tiempo y puede haber otros países exportadores de arazá que no se mencionen en esta lista. Además, los destinos principales también pueden variar dependiendo de factores como la demanda y las relaciones comerciales establecidas.

1.10. Balanza comercial de las exportaciones ecuatorianas en el mercado de frutas.

En la actualidad, Ecuador ha sido reconocido como un importante exportador de frutas, con productos como banano, mango, piña, maracuyá y papaya entre los más destacados. Sin embargo, debido a la transición económica que se originó tras la pandemia, no se han encontrado datos específicos sobre la balanza comercial de las exportaciones ecuatorianas en el mercado de frutas para los años más recientes, como 2021 o 2022. Las partidas de las exportaciones de frutas como tal solo se encuentran separadas por las partidas de banano y frutas como cuentas de exportaciones no petroleras.

El estimativo de frutas por categoría o especificaciones no se encuentran desglosados, sin embargo, se presenta una relación general como lo representa el Banco Central del Ecuador al año 2020 (BCE 2020)

Tabla 9

Destino de las Exportaciones No Petroleras - No Tradicionales de enero a agosto del 2020.

FRUTA	TM	FOB	Part. (%)
	69,080.29	98,334.44	
EEUU	14,649.28	41,257.99	42.0%
HONG KONG	3,749.97	17,736.94	18.0%
CHILE	16,351.13	7,594.95	7.7%
HOLANDA	4,741.79	4,836.12	4.9%
BÉLGICA	9,152.00	4,578.43	4.7%
FRANCIA	3,493.18	3,776.62	3.8%
CANADÁ	559.56	3,666.59	3.7%
SINGAPUR	325.36	2,741.52	2.8%
ALEMANIA	5,125.03	2,599.17	2.6%
MALASIA	212.60	2,214.91	2.3%
OTRAS	10,720.37	7,331.20	7.5%

Nota: Resultados en valores FOB obtenidos del BCE, 2020

Durante el período comprendido entre agosto de 2019 y agosto de 2020, las exportaciones no petroleras y no tradicionales registraron un promedio mensual de valor FOB de USD 467.8 millones. La participación y la evolución de los valores exportados de los bienes que conforman este grupo se ilustra en los siguientes gráficos:

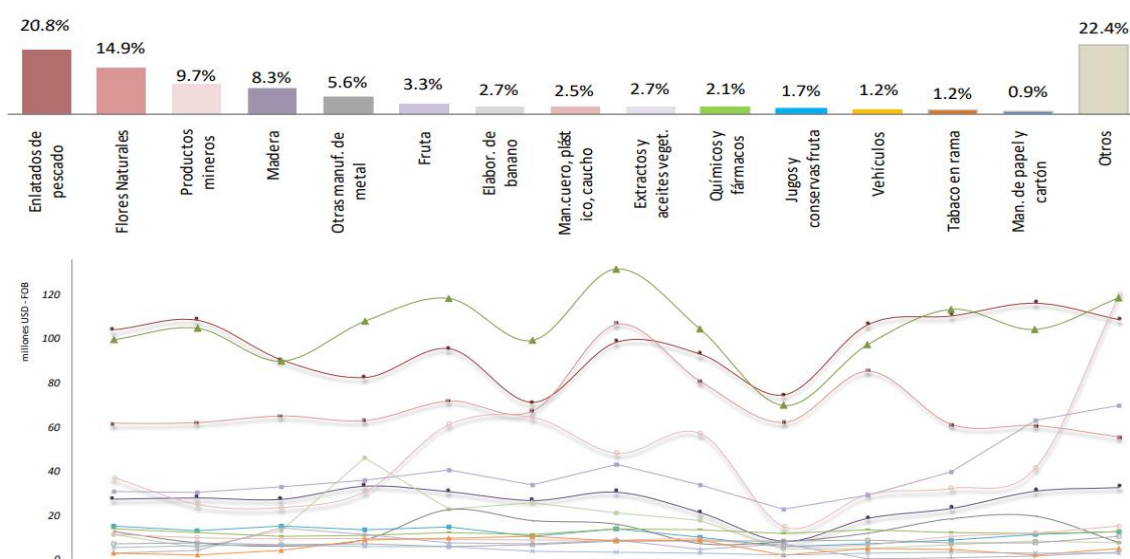


Figura 4 Exportaciones no Petroleras - No Tradicionales
Valores en millones de USD, participación porcentual (promedio período)

agosto 2019 – agosto 2020), (BCE 2020)

Las exportaciones no petroleras registradas entre enero y agosto de 2020 alcanzaron USD 9,664.3 millones, monto superior en 8.2% respecto al mismo período de 2019, que fue de USD 8,934.0 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen de 4.5%, entre los dos períodos.

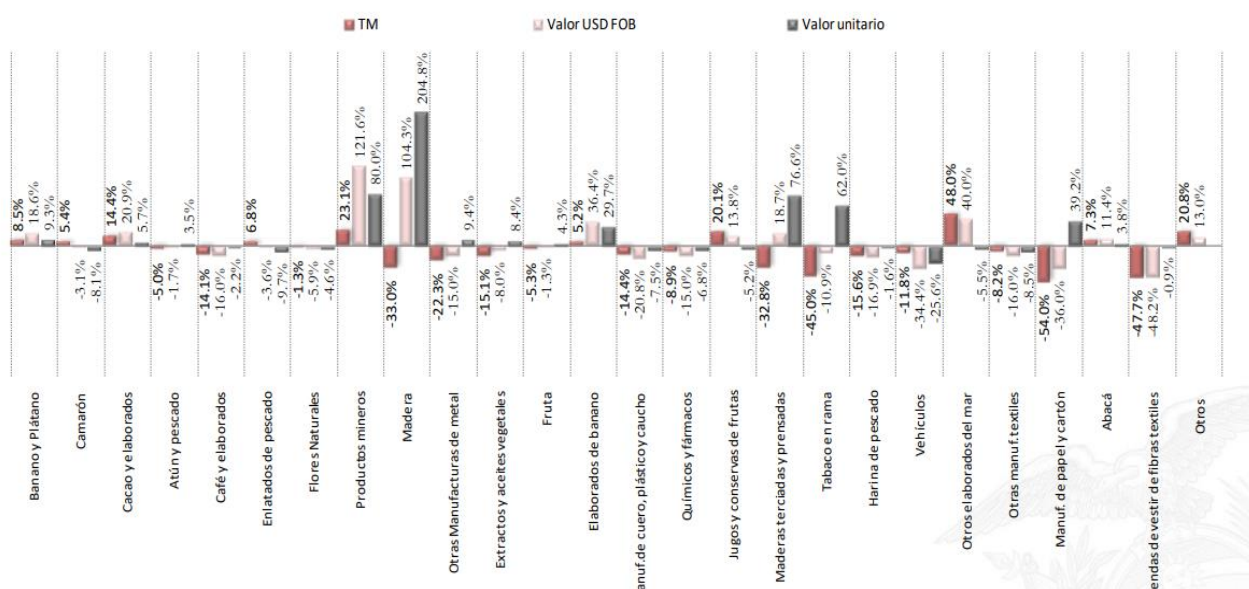


Figura 5. TM - valor FOB y valores unitarios de los principales productos de exportación No Petroleros. Fuente: Banco Central del Ecuador, SENA, MERNNR, EP Petroecuador

Por su parte, las exportaciones no petroleras tradicionales totalizaron USD 5,884.9 millones, valor mayor en 7.4%; respecto al registrado en enero – agosto de 2019, mientras que las no tradicionales alcanzaron USD 3,779.5 millones, 9.4% más que las ventas efectuadas en ese mismo período de 2019. Las variaciones entre los meses de enero y agosto de 2019 y 2020, de los principales productos de exportación en toneladas métricas, valor FOB; y, valores unitarios se muestran en el gráfico (figura 5) (BCE 2020)

1.11. Marco Referencial

Durante el periodo comprendido entre 2020 y 2022, se ha observado un aumento en el interés por exportar pulpa de arazá al mercado alemán desde la provincia de Guayas. Alemania, un mercado exigente en términos de calidad y sostenibilidad, representa una oportunidad debido a su preferencia por productos orgánicos y

saludables. La pulpa de arazá, reconocida por su sabor dulce y ácido, su valor nutricional y su origen natural, puede satisfacer la demanda de productos exóticos y auténticos en Alemania.

Sin embargo, para asegurar el éxito en la comercialización y exportación, es necesario considerar aspectos clave. Esto implica garantizar la alta calidad del producto en términos de sabor, textura y apariencia, así como obtener certificaciones que respalden la calidad, sostenibilidad y seguridad alimentaria. Además, resulta crucial contar con una logística eficiente y una cadena de suministro sólida para preservar la frescura y calidad de la pulpa de arazá durante el transporte. Estrategias de marketing efectivas, como la identificación de segmentos de mercado objetivo y la promoción de los beneficios únicos del producto, desempeñan un papel fundamental para lograr una exitosa penetración en el mercado alemán.

El análisis de la comercialización de la pulpa de arazá con destino a la exportación hacia el mercado alemán durante el período 2020-2022 se enfoca en aprovechar la creciente demanda de productos exóticos y saludables en Alemania. Para lograrlo, es esencial garantizar la calidad, obtener certificaciones relevantes, establecer una logística eficiente y desarrollar estrategias de marketing efectivas.

El estudio de Corrales (2022) con el título: El estudio realizado para la Universidad Antonio Nariño de Colombia sobre el potencial exportador de la pulpa de Arazá hacia el mercado alemán tuvo como objetivo explorar las posibilidades de exportación de esta fruta. Para lograr dicho propósito, se llevó a cabo un análisis del entorno económico, político, comercial y cultural de Alemania, se resaltaron los beneficios de la pulpa de arazá, se examinó el mercado de frutas exóticas en Alemania y se identificaron las ventajas del comercio internacional que derivarían de la exportación de la pulpa de arazá para ambos países.

Además, se puso énfasis en la abundancia de frutas exóticas en Colombia, como el "arazá", que se cultiva principalmente en la Amazonia y está experimentando un crecimiento en los cultivos en el Valle del Cauca. A pesar de que esta fruta posee un alto valor nutricional en términos de vitaminas y proteínas, así como propiedades medicinales para combatir diversas enfermedades, no ha recibido el reconocimiento y valoración adecuados hasta el momento.

Por otro lado, la reapertura económica de países como Francia, España, Inglaterra, Alemania y Holanda ha impulsado las exportaciones colombianas de frutas exóticas. En este sentido, la exportación al mercado alemán ofrece amplias oportunidades debido a la gran diversidad y segmentación que presenta.

Este estudio se enfoca en evaluar el potencial de exportación de la fruta de Arazá hacia el mercado alemán, teniendo en cuenta aspectos económicos, políticos, comerciales y culturales relevantes. Asimismo, destaca la riqueza de Colombia en frutas exóticas, como el "arazá", y el impulso que la reapertura económica de ciertos países europeos ha brindado a las exportaciones colombianas.

Evangelista (2013), El estudio presentado en la Universidad Internacional del Ecuador, titulado "Plan de comercio exterior para la exportación de pulpa de arazá al mercado estadounidense, en el estado de Nueva York", ofrece una propuesta estratégica para diversificar los productos de exportación y garantizar una demanda estable por parte de los consumidores internacionales. Este plan de negocios tiene como objetivo evitar la sobreexplotación de productos tradicionales y ofrecer nuevas alternativas que satisfagan las necesidades de los consumidores internacionales.

La pulpa de arazá se destaca como una opción prometedora debido a su gran aceptación entre los clientes y al respaldo continuo del Estado en la promoción de la exportación. Además, se identifican las cualidades necesarias para lograr un incremento significativo en la exportación de este producto, aprovechando la alta demanda existente.

Este estudio presenta un plan estratégico para promover la exportación de pulpa de arazá al mercado estadounidense, específicamente en el estado de Nueva York. El objetivo es ofrecer nuevas alternativas de productos de exportación que satisfagan las demandas de los consumidores internacionales, evitando depender únicamente de productos tradicionales y aprovechando las oportunidades favorables, como la alta demanda y el respaldo estatal en la promoción de la exportación.

González, (2011), en su estudio titulado: El informe de análisis de mercado para el plan de exportación de pulpa de arazá producida y procesada en Ecuador hacia el mercado de Múnich, Alemania, presentado en la Universidad de las Américas, se

enfoca en evaluar la viabilidad de esta exportación. El análisis abarca varios aspectos clave para determinar la viabilidad y oportunidades de exportación de la pulpa de arazá al mercado de Múnich.

El informe proporciona una descripción detallada de la fruta, resaltando sus características generales, métodos de producción, usos y valor nutricional. Además, se evalúa el volumen actual de producción nacional de la pulpa de arazá en Ecuador, lo que permite hacer una estimación aproximada de la cantidad potencial que podría exportarse.

Se realiza un análisis exhaustivo del mercado alemán, incluyendo el comercio internacional con Ecuador, las características de producción, consumo e importación de frutas frescas y pulpas, y las tendencias de consumo actuales en este sector. El objetivo principal es determinar la viabilidad y oportunidades de exportación de la pulpa de arazá al mercado de Múnich, considerando todos los aspectos relevantes tanto en Ecuador como en Alemania.

Es decir, que el análisis de mercado realizado para la guía exportación de pulpa de arazá hacia el mercado de Múnich se centra en evaluar la viabilidad de esta exportación. Se proporciona una descripción detallada del producto, se analiza el mercado alemán y se consideran todos los factores relevantes para determinar las oportunidades y posibilidades de exportación.

1.11.1. Organizaciones empresariales que procesan y comercializan productos a base de Arazá.

En el Ecuador la producción y comercialización es aún escasa, sin embargo existen empresas y asociaciones que se dedican a la comercialización de frutas tropicales incluidos productos a base de arazá. Las empresas compran la materia prima mayormente a los agricultores de la Amazonía, puesto que es un cultivo que ha sido fomentado en las provincias de Napo, Orellana y Morona Santiago.

Procuador es una institución pública ágil, inclusiva y transparente que busca posicionar al Ecuador como un país proveedor de productos de alta calidad y con valor agregado. Además, se desea lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria.

ProEcuador a través de diversas ferias a nivel nacional busca la adecuada promoción de la oferta exportable, fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.

A continuación, un listado de las empresas que comercializan productos a base de arazá que son comercializados en pulpas, concentrados de jugos, mermeladas, entre otras. Organizaciones empresariales que procesan y comercializan productos a base de Arazá.

Tabla 10

Empresas que procesan y comercializan arazá en la Región costa

Empresas	Datos	Actividad	Localidad
Agrícola Oficial S.A.	Ruc: 0991213821001 Dirección: Km 43 vía a la costa email: www.agroficial.com.ec	Pulpas y concentrados de jugos	Guayaquil
Agropunto S.A.	RUC: 0992369337001 Dirección: Pascuales, calle Salitre entre Montecristi y la Ria email: www.pulpasdefrutas.com	Pulpas y Concentrados de jugos	Guayaquil
Exofrut S.A.	RUC: 0990209898001 Dirección: Km. 19,5 vía a la Costa email: www.exofrut.com	Pulpas de frutas tropicales	Guayaquil
Profrutas Cia. Ltda.	RUC: 0990820511001 Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km. 6,5 email: www.natutropic.com	Pulpas y Concentrados de jugos; mermeladas	Guayaquil
Proyimar S.A.	RUC: 099227189001 Dirección: Inmaconsa galpón 24- 25-26 email: www.natutropic.com	Pulpas de frutas congeladas	Guayaquil

Fuente: (ProEcuador 2020)

Elaborado por: Eduarda Estefanía Moran Murillo

Tabla 11

Empresas que procesan y comercializan arazá en la Región Sierra

Empresas	Datos	Actividad	Localidad
Agroapoyo S.A.	RUC: 1791739574001 Dirección: J. Tobar García s/n y Rafael Bustamante email: deshidratadas www.agroapoyo.com	Pulpa y Frutas deshidratadas	Quito
Biolcom	RUC: 1791847830001 Dirección: Francisco Orellana 805 y Portugal email: www.biolcom.com	Frozentropic	Pifo
F.L.P. Latinoamericana n Perishables del Ecuador S.A.	RUC: 1791262212001 Dirección: Km. 19,5 Panamericana Norte email: www.flp-int.com	Pulpas y Concentrado s de jugos	Quito
Frozentropic	RUC: 1791949439001 Dirección: Isaac Alberniz E3-78 y Mozart email: www.yucho.com	Pulpas de frutas congeladas	Quito

Fuente: (ProEcuador 2020)

Elaborado por: Eduarda Estefanía Moran Murillo

1.12. Marco Conceptual

El proyecto de análisis de la comercialización de la pulpa de arazá para su exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas se fundamenta en los siguientes conceptos fundamentales:

Comercialización: Engloba todas las actividades relacionadas con la venta y distribución de productos o servicios, incluyendo la identificación de mercados objetivo, promoción, fijación de precios, distribución y establecimiento de relaciones con los clientes.

Exportación: Consiste en el proceso de venta de bienes o servicios a mercados extranjeros, implicando la adaptación del producto a las necesidades y preferencias

del mercado objetivo, así como el cumplimiento de los requisitos legales y aduaneros del país importador.

Mercado objetivo: Se refiere al grupo de consumidores o empresas a los que se dirige la comercialización y venta de un producto o servicio en particular. En este caso, el mercado objetivo es el mercado alemán, caracterizado por sus preferencias y demandas específicas.

Calidad del producto: Hace referencia a las características y atributos de un producto que determinan su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores. La calidad puede abarcar aspectos como sabor, textura, apariencia, seguridad alimentaria y cumplimiento de estándares específicos.

Certificaciones y estándares: Son reconocimientos o acreditaciones otorgados a un producto o empresa que demuestran el cumplimiento de ciertos criterios o normas establecidas. En el caso de la exportación al mercado alemán, las certificaciones orgánicas, de comercio justo y de buenas prácticas agrícolas pueden ser relevantes para demostrar la calidad y sostenibilidad del producto.

Logística y cadena de suministro: Se refieren a las actividades relacionadas con el transporte, almacenamiento y distribución de los productos desde su origen hasta su destino. Una logística eficiente y una cadena de suministro sólida son fundamentales para garantizar la entrega oportuna y en óptimas condiciones de la pulpa de arazá al mercado alemán.

Estrategias de marketing: Son los planes y acciones diseñados para promocionar y posicionar un producto o servicio en el mercado objetivo. Esto incluye la segmentación del mercado, determinación de la propuesta de valor, selección de canales de distribución, fijación de precios y actividades de promoción y comunicación.

Estos conceptos proporcionan un marco teórico y conceptual para comprender y analizar la comercialización de la pulpa de arazá hacia el mercado alemán. Al aplicar estos conceptos en el proyecto, se podrán identificar oportunidades, desafíos y estrategias necesarias para lograr una exitosa exportación y penetración en el mercado objetivo.

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Aspectos generales de la investigación

A través del marco metodológico se definirá el enfoque de investigación, así como el nivel, método y técnica que se utilizarán para ampliar, contrastar y concluir el proceso de investigación, con el objetivo de responder y cumplir los objetivos establecidos en el proyecto.

Se utilizará un enfoque metodológico cuantitativo, se recopilaron datos estadísticos y se realizarán análisis de mercado, así como también se llevarán a cabo encuestas a productores, exportadores y expertos en el sector para obtener información detallada y perspectivas relevantes (Gómez 2012)

El enfoque metodológico cuantitativo para la guía de exportación de pulpa de arazá al mercado alemán implica el uso de datos cuantitativos y técnicas analíticas para evaluar y tomar decisiones basadas en números y estadísticas.

2.1.1. Métodos de investigación

Método de análisis sintético, se basa en la recopilación y resumen de información sobre el sujeto de estudio, con el objetivo de realizar un análisis y síntesis del fenómeno en cuestión (Hernandez, Fernández y Batispta 2014).

Esta etapa está relacionada con el logro del objetivo específico 1 y 3, que consiste en obtener información sobre la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas durante el período 2020-2022 con la evaluación de calidad y estandarización en relación a los requerimientos del mercado alemán en el periodo descrito. Una vez recopilada esta información, se utiliza una herramienta de cálculo para realizar análisis estadísticos descriptivos, como la estimación de la media y la varianza.

2.1.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado en este estudio es la investigación bibliográfica o documental. En este enfoque, se recopila y analiza información relevante a partir de fuentes bibliográficas, como libros, artículos científicos, informes técnicos,

documentos oficiales y cualquier otro material que sea pertinente para el tema de estudio (Gómez 2012).

En este caso, se busca obtener información sobre la comercialización de la pulpa de arazá para su exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas durante el período de 2020-2022. Se realiza una revisión exhaustiva de la literatura disponible relacionada con el tema, para obtener datos, antecedentes, teorías, conceptos y experiencias previas que puedan ayudar a fundamentar y enriquecer la investigación.

La investigación bibliográfica o documental permitió analizar y sintetizar la información obtenida de diversas fuentes, lo que ayudo a contextualizar el estudio, identificar tendencias, establecer bases teóricas y conceptualizar los elementos clave del problema de investigación. Además, contribuyo a la fundamentación teórica y metodológica del estudio, brindando apoyo a las conclusiones y recomendaciones que se presentarán posteriormente.

El enfoque descriptivo de investigación se utilizó para recopilar, analizar y presentar información detallada y precisa sobre un fenómeno o situación específica (Hernandez, Fernández y Batispta 2014). En este estudio, se recopila información sobre la comercialización de la pulpa de arazá para su exportación al mercado alemán desde la provincia de Guayas durante el período de 2020-2022. Se busca describir las características de la fruta, el mercado alemán y las tendencias de consumo en relación con la pulpa de arazá. Además, se analiza el volumen de producción nacional y se estima la cantidad potencial que podría exportarse.

2.2. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de datos o de la información en el presente estudio, corresponden a las encuestas que se realizan a los especialistas en comercialización y exportación de frutas no tradicionales como el arazá, y encuestas dirigidas a exportadores y productores.

Las encuestas, se realizan mediante cuestionarios que contienen preguntas cerradas y abiertas para recopilar datos cuantitativos y cualitativos sobre la demanda, oferta, precios, calidad y competencia.

2.3. Variables

Las variables de investigación en este tema, son los aspectos que se miden, analizan y compararán en el estudio. En el caso de la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia Guayas, se analizan las siguientes variables:

Análisis de la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia Guayas. Periodo 2020-2022.

Variable Dependiente:

Comercialización de la pulpa de arazá

Variable Independiente:

Exportación al mercado alemán

2.3.1. Operacionalización de variables de investigación

Tabla 12

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Concepto	Indicadores	Instrumentos
Dependiente: Comercialización de la pulpa de arazá	Proceso de compra venta de la pulpa de arazá conforme a la demanda del mercado, en un período de tiempo determinado. (Nastur, et. al, 2016).	Políticas de comercialización Presentación y empaque Canales de distribución. Estrategias de promoción y marketing Fortalecimiento de comercialización	Encuesta
Independiente: Exportación al mercado alemán	Distribución y venta del producto al mercado extranjero (Alemania) (Valenzuela 2012).	Barreras comerciales o restricciones Convenios Manuales Planificación	Encuesta

Nota: Elaboración propia (2023)

2.4. Universo y muestra

Actualmente existen muchas empresas vinculadas al procesamiento de frutas

tropicales como el arazá, tanto en la Región Costa, Oriente y parte de la Sierra ecuatoriana.

Para el presente estudio la población corresponde a empresas que producen y comercializan la fruta de arazá en la región costa un total según Pro Ecuador de 5 empresas productoras y comercializadora de frutas.

En cada empresa se considera una muestra aleatoria de 3 personas que integran al gerente del área de producción, jefe de comercialización y jefe del área de exportaciones.

2.4.1. Criterios de inclusión

- Productores de fruta arazá de la región Costa provincia del Guayas
- Gerente del área de producción por más de cinco años.
- Área de comercialización y departamentos de exportaciones de empresas productoras de arazá en Ecuador.

Tabla 13

Población y muestra

Población	Muestra
5 empresas productoras de arazá región Guayas	15
Total	15

Nota: Elaboración propia (2023)

2.5. Fuentes de recopilación de información

Encuestas: Realizar encuestas a diferentes actores clave en la cadena de comercialización, como productores, exportadores, importadores, distribuidores y consumidores. Estas encuestas proporcionan información detallada y perspectivas directas sobre el proceso de comercialización y las dinámicas del mercado.

Documentos y registros oficiales: Consultar documentos y registros oficiales relacionados con la producción, exportación e importación de pulpa de arazá. Esto incluyó informes de instituciones gubernamentales, estadísticas comerciales, registros aduaneros, informes de exportación, entre otros.

2.6. Procedimiento de la investigación

El procedimiento de investigación se refiere a las acciones específicas que se llevan a cabo en el proceso de investigación. En el presente estudio se llevaron a cabo los siguientes procedimientos:

2.6.1. Identificación del problema de investigación

Se identificó y definió claramente el problema o la pregunta de investigación que se abordó en el estudio. Esto implica revisar la literatura existente, realizar investigaciones preliminares y determinar la relevancia y viabilidad del tema.

2.7.2. Revisión de la literatura

Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente relacionada con el tema de investigación. Analizar estudios previos, teorías, enfoques metodológicos y cualquier otra información relevante para establecer una base sólida de conocimiento sobre el tema.

2.7.3. Diseño de la investigación

Se definió el enfoque metodológico y el diseño de la investigación. Esto implica seleccionar el tipo de estudio (cuantitativo, documental y descriptivo), identificar las variables, establecer hipótesis o preguntas de investigación, determinar la población o muestra, y seleccionar las técnicas y herramientas de recolección de datos adecuadas.

2.7.4. Recopilación de datos

Se recolectaron los datos necesarios para responder a las preguntas de investigación. Esto puede incluir la administración de cuestionarios, la recopilación de fuentes primarias de estudio y de investigación de campo.

2.7.5. Análisis de datos

Se analizó los datos recopilados utilizando técnicas estadísticas, métodos cualitativos u otros enfoques de análisis adecuados. Interpretó los resultados para extraer conclusiones que respondan a las preguntas de investigación.

2.7.6. Interpretación y discusión de resultados

Se interpretaron los resultados obtenidos a partir del análisis de datos y discutir su significado en relación con la literatura existente y los objetivos de investigación. Identificar las implicaciones teóricas y prácticas de los hallazgos y establecer conclusiones basadas en la evidencia obtenida.

2.7.7. Conclusiones y recomendaciones

Finalmente, se resumieron las principales conclusiones del estudio y formular recomendaciones basadas en los resultados y las implicaciones del estudio. Discute las limitaciones del estudio y propone áreas para futuras investigaciones.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de la comercialización de la pulpa de arazá para la exportación al mercado alemán desde la provincia Guayas.

3.1. Resultados de las encuestas

1. La producción de la fruta de arazá ha ido en incremento en los periodos 2020-2022

Tabla 14
Incremento de la producción

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	47
2	De acuerdo	7	20
3	Indiferente	3	20
4	En desacuerdo	3	13
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

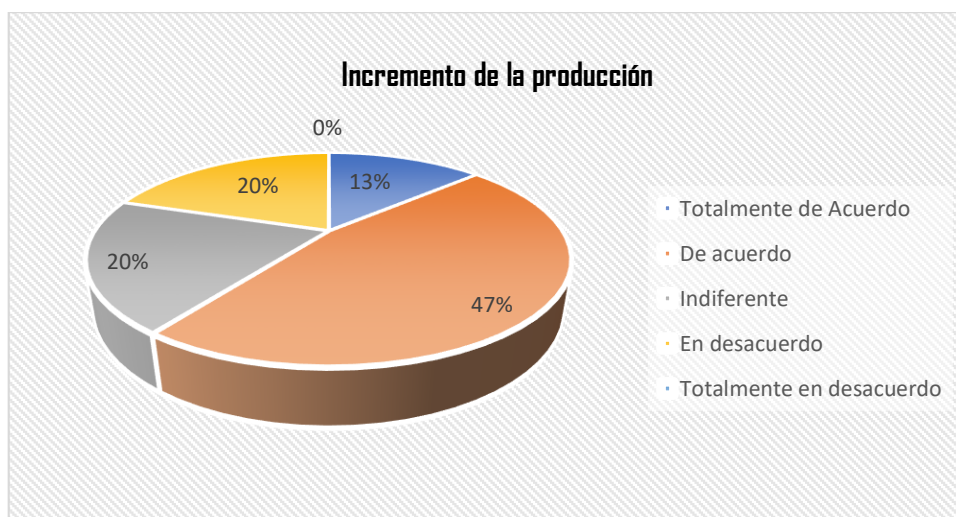


Figura 1. Incremento de la producción

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, el 47% de los participantes respondieron estar totalmente de acuerdo en que la producción de la fruta de arazá ha ido en incremento en los periodos 2020-2022, el 20% estuvo de acuerdo.

2. La pulpa de arazá es el elemento procesado de la fruta más solicitado dentro del mercado.

Tabla 15

Pulpa de arazá

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	13
2	De acuerdo	7	47
3	Indiferente	1	7
4	En desacuerdo	5	33
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

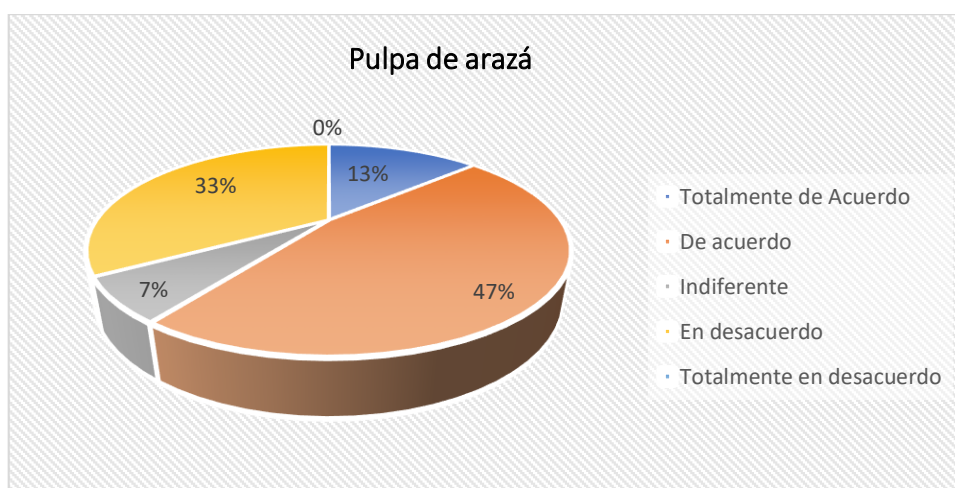


Figura 2. Pulpa de arazá

Análisis

Como se observa en el presente gráfico de la figura 2, el 47% estuvo de acuerdo, en que pulpa de arazá es el elemento procesado de la fruta más solicitado dentro del mercado, el 33% contestó estar en desacuerdo.

3. Las políticas de comercialización de la empresa han permitido el incremento de las ventas.

Tabla 16

Políticas de comercialización

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	3	20
2	De acuerdo	5	22
3	Indiferente	4	27
4	En desacuerdo	3	20
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

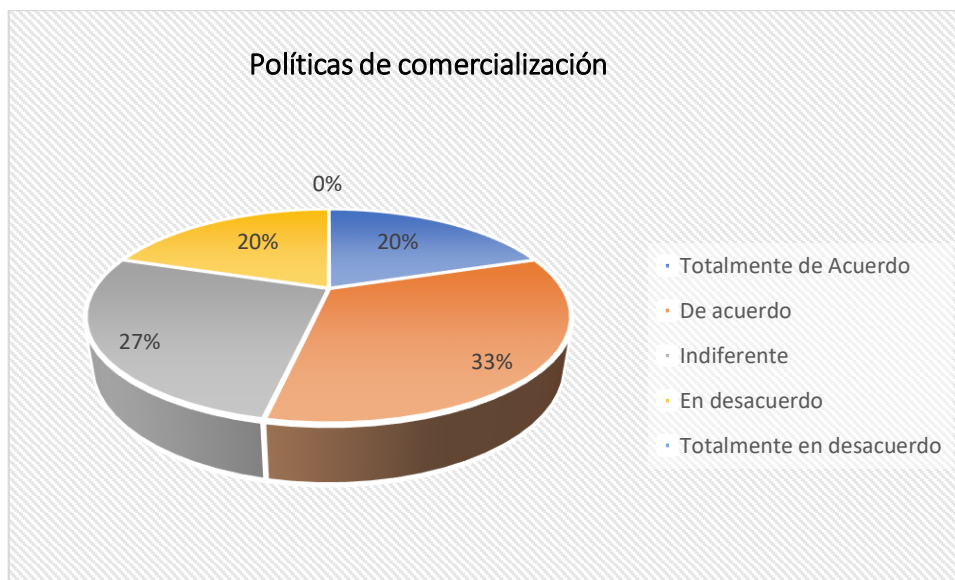


Figura 3 Políticas de comercialización

Análisis

El resultado de la encuesta aplicada a los productores exportadores refleja que el 33% estuvo de acuerdo en considerar que las políticas de comercialización que mantiene su empresa han permitido el incremento de las ventas, un 27% estuvo indiferente, el 20% en desacuerdo y otro 20% totalmente de acuerdo.

4. La calidad del producto de la pulpa de arazá cumple con los estándares exigidos por el mercado alemán.

Tabla 17

Calidad del producto

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	5	33
2	De acuerdo	7	47
3	Indiferente	1	7
4	En desacuerdo	2	13
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

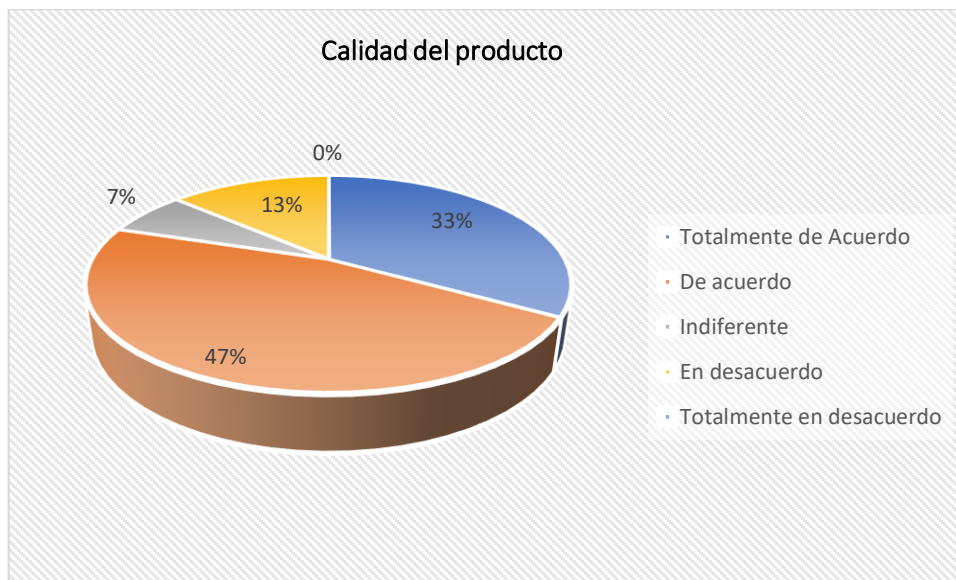


Figura 4 Calidad del producto

Análisis

El resultado a esta interrogante refleja que el 47% estuvo de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo y el 13% en desacuerdo por considerar que la calidad del producto puede mejorarse.

5. La presentación y empaque de la pulpa de arazá son adecuados para el mercado alemán.

Tabla 18

Presentación y empaque

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	5	33
2	De acuerdo	7	47
3	Indiferente	1	7
4	En desacuerdo	2	13
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

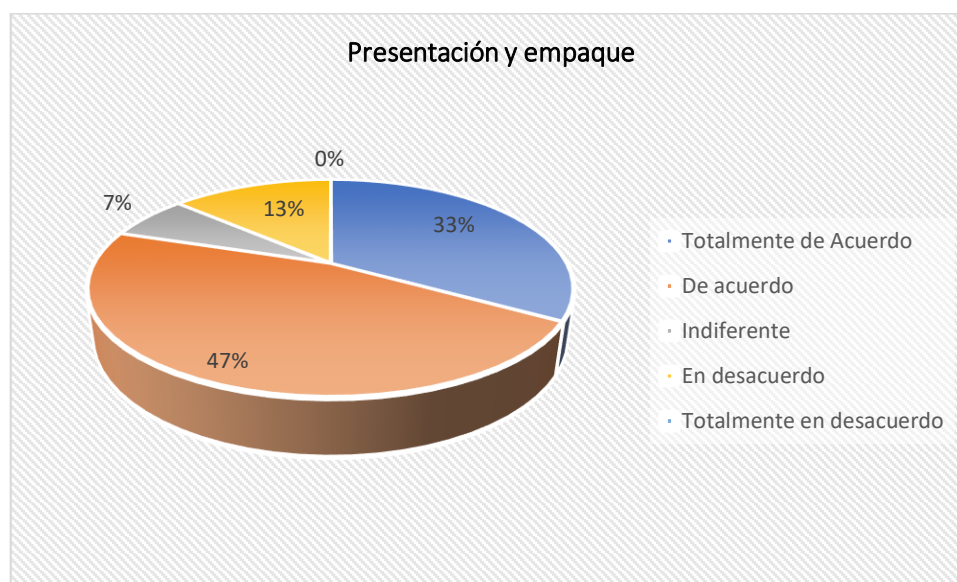


Figura 5 Presentación y empaque

Análisis

En cuanto a conocer si la presentación y empaque de la pulpa de arazá que mantiene la empresa, son adecuados para el mercado alemán, el 47% estuvo de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo y el 13% en desacuerdo.

6. La empresa cuenta con certificaciones de calidad y sostenibilidad reconocidas en el mercado alemán.

Tabla 19

Certificaciones de calidad y sostenibilidad

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	3	20
2	De acuerdo	6	40
3	Indiferente	2	13
4	En desacuerdo	4	27
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

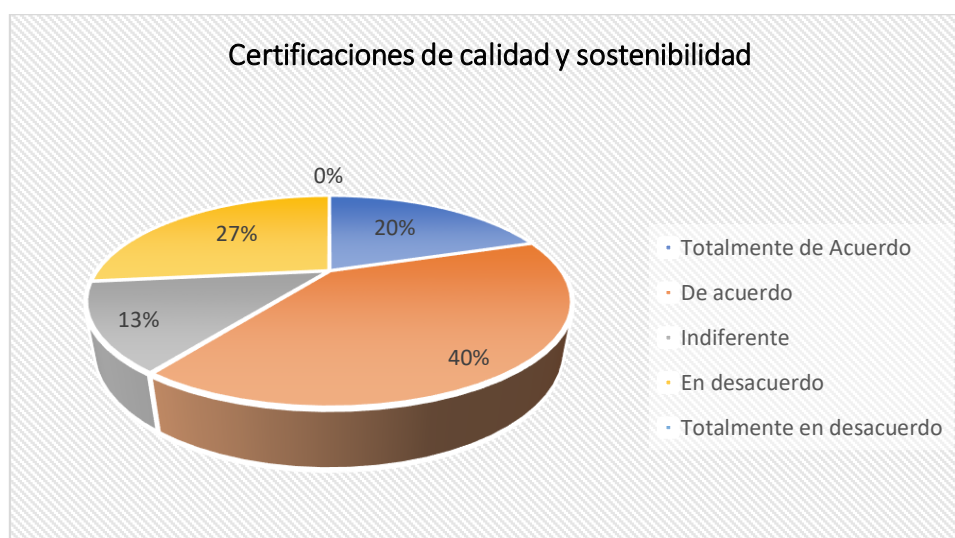


Figura 6 Certificaciones de calidad y sostenibilidad

Análisis

En cuanto a que las empresas cuenten con certificaciones de calidad y sostenibilidad reconocidas en el mercado alemán, el 40% estuvo de acuerdo u el 27% en desacuerdo, un 20% estuvo de acuerdo en que cuentan con este requisito.

7. Los canales de distribución permiten llegar de manera efectiva al mercado alemán.

Tabla 20

Canales de distribución

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	13
2	De acuerdo	6	40
3	Indiferente	2	13
4	En desacuerdo	4	27
5	Totalmente en desacuerdo	1	7
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

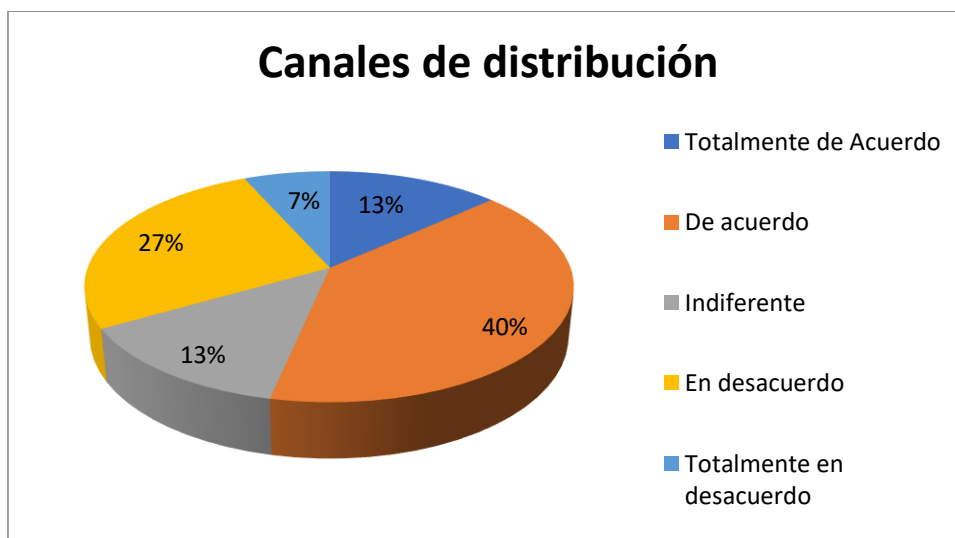


Figura 7 Canales de distribución

Análisis

En la presente interrogante sobre si los canales de distribución permiten llegar de manera efectiva al mercado alemán, el 40% contestó estar de acuerdo, el 27% se mostraron en desacuerdo, el 13% se mantuvo indiferente y el 13% totalmente de acuerdo.

8. Se han implementado estrategias de promoción y marketing efectivas para posicionar la pulpa de arazá en el mercado alemán.

Tabla 21

Implementación de estrategias de distribución

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	0	0
2	De acuerdo	3	20
3	Indiferente	3	20
4	En desacuerdo	7	47
5	Totalmente en desacuerdo	2	13
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

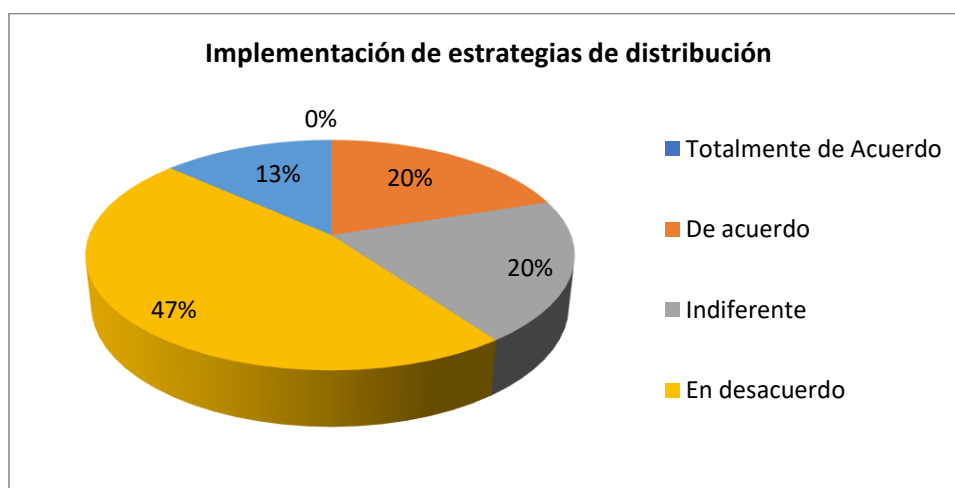


Figura 8 Implementación de estrategias de distribución

Análisis

En cuanto a considerar que la empresa haya implementado estrategias de promoción y marketing efectivas para posicionar la pulpa de arazá en el mercado alemán, el 47% contestó estar en desacuerdo, el 20% totalmente de acuerdo y el 20% contestó indiferente., otro 13% también contestó estar totalmente en desacuerdo.

9. La demanda de pulpa de arazá en el mercado alemán ha sido satisfactoria.

Tabla 22

Satisfacción de la demanda

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	5	33
2	De acuerdo	4	27
3	Indiferente	3	20
4	En desacuerdo	2	13
5	Totalmente en desacuerdo	1	7
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

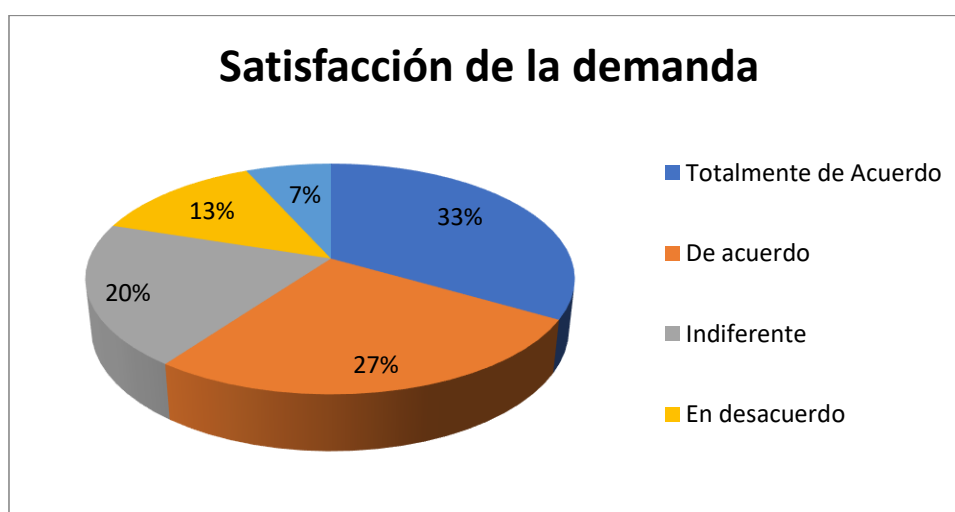


Figura 9 Satisfacción de la demanda

Análisis

La presente interrogante con respecto a que la demanda de pulpa de arazá en el mercado alemán ha sido satisfactoria, el 33% contestó estar totalmente de acuerdo y el 27% de acuerdo, un 20% contestó indiferente y el 13% en desacuerdo.

10. La empresa lidera la competencia en el mercado alemán frente a otros exportadores de pulpa de arazá.

Tabla 23

Empresa lidera mercado

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	13
2	De acuerdo	4	27
3	Indiferente	2	13
4	En desacuerdo	6	40
5	Totalmente en desacuerdo	1	7
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

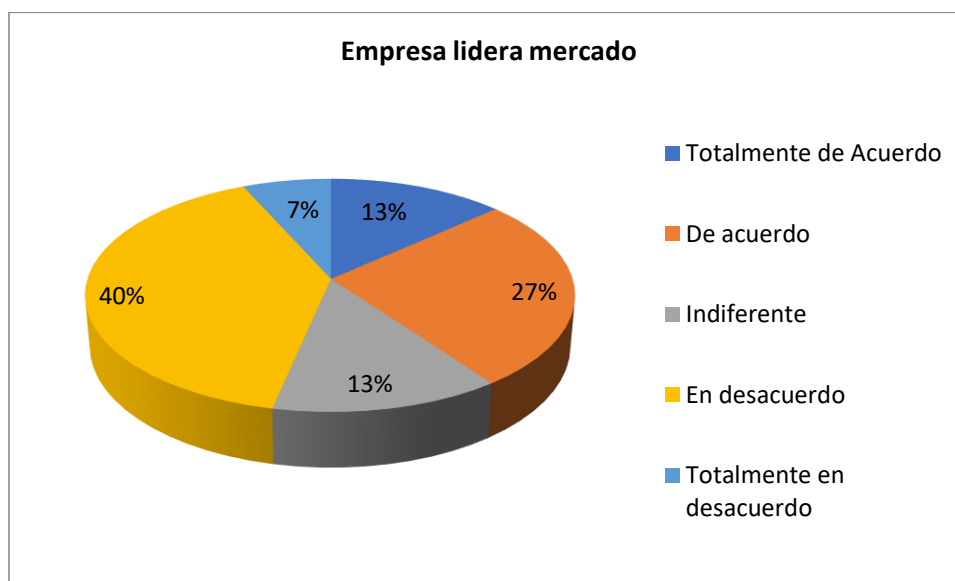


Figura 10 Empresa lidera mercado

Análisis

En relación a liderar la competencia en el mercado alemán frente a otros exportadores de pulpa de arazá, el 40% respondió estar en desacuerdo, el 27% de acuerdo, el 13% indiferente y el 13% totalmente de acuerdo.

11. Existen barreras comerciales o restricciones en la exportación de pulpa de arazá hacia Alemania.

Tabla 24

Barreras o restricciones

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	13
2	De acuerdo	8	54
3	Indiferente	2	13
4	En desacuerdo	3	20
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

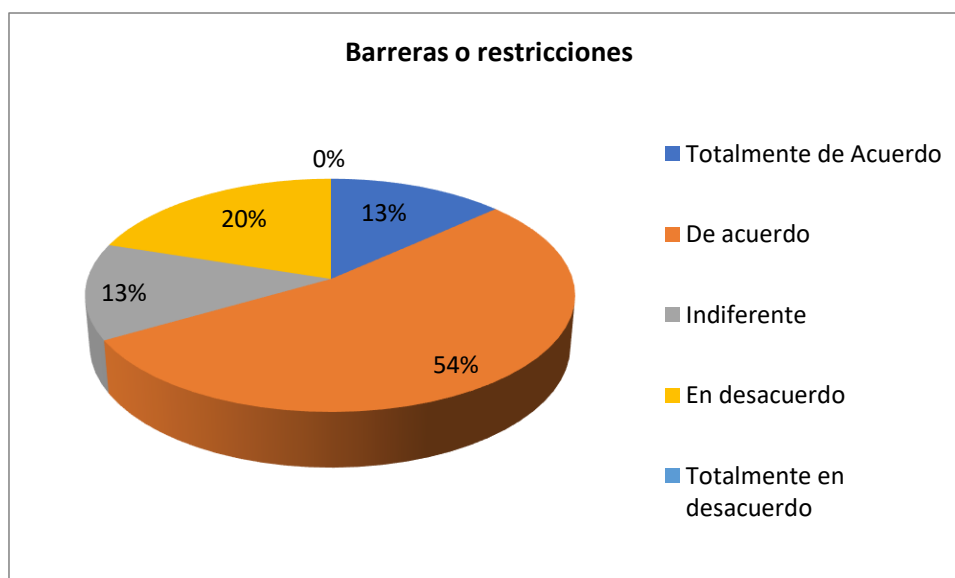


Figura 11 Barreras o restricciones

Análisis

Al considerar si existen barreras comerciales o restricciones en la exportación de pulpa de arazá hacia Alemania, el 54% de los encuestados contestaron estar de acuerdo, el 20% en desacuerdo, 13% totalmente de acuerdo y un 13% indiferente.

12. La empresa mantiene convenios permanentes para la exportación de pulpa de arazá con el mercado de Alemania.

Tabla 25

Convenios con el importador

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	3	20
2	De acuerdo	4	27
3	Indiferente	3	20
4	En desacuerdo	3	20
5	Totalmente en desacuerdo	2	13
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

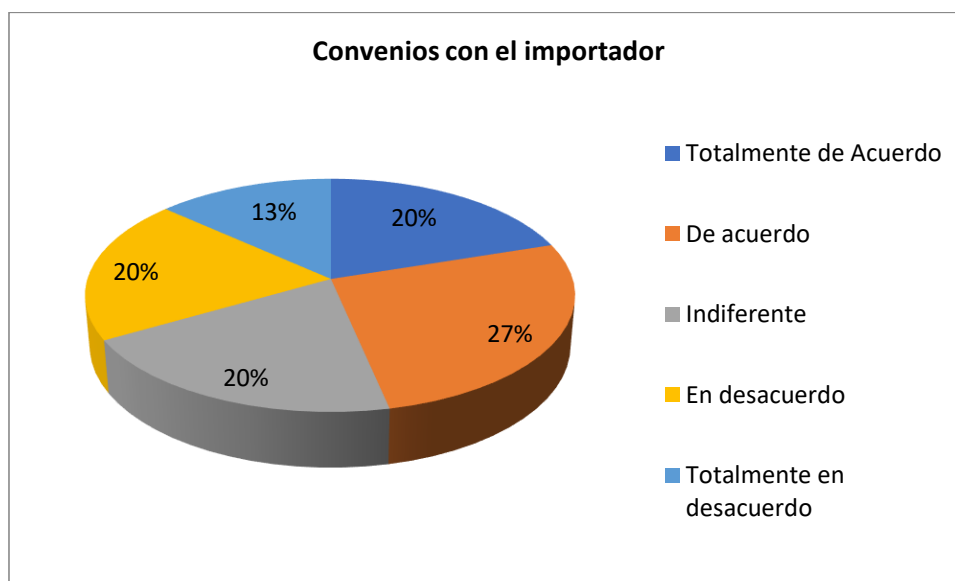


Figura 12 Convenios con el importador

Análisis

Sobre el tema de mantener convenios permanentes para la exportación de pulpa de arazá con el mercado de Alemania, los participantes contestaron en un 27% de acuerdo, se mantiene el 20% para las opciones totalmente de acuerdo, en desacuerdo e indiferente, el 13% contestó estar totalmente en desacuerdo.

13. La empresa cuenta con manuales de exportaciones acorde a las exigencias de cada mercado extranjero en particular.

Tabla 26

Manuales de exportación

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	13
2	De acuerdo	5	34
3	Indiferente	1	7
4	En desacuerdo	5	33
5	Totalmente en desacuerdo	2	13
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

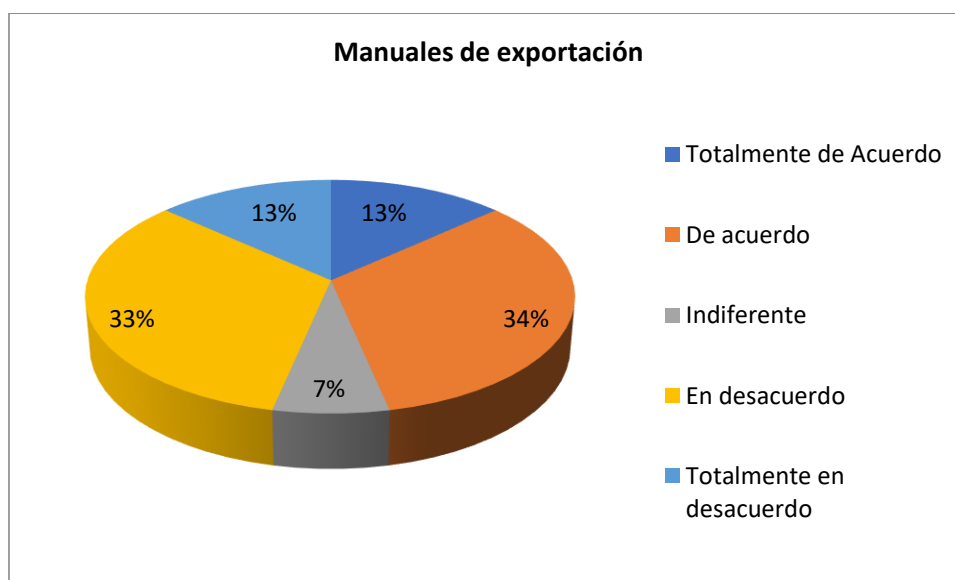


Figura 13 Manuales de exportación

Análisis

Para conocer si la empresa cuenta con manuales de exportaciones acorde a las exigencias de cada mercado extranjero en particular, el 34% contestó de acuerdo, el 33% en desacuerdo, el 13% totalmente de acuerdo, 13% totalmente en desacuerdo y el 7% indiferente.

14. Existe un potencial de crecimiento reflejado en la planificación para la exportación de pulpa de frutas al mercado alemán

Tabla 27

Potencial de crecimiento

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	2	13
2	De acuerdo	3	20
3	Indiferente	5	34
4	En desacuerdo	5	33
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

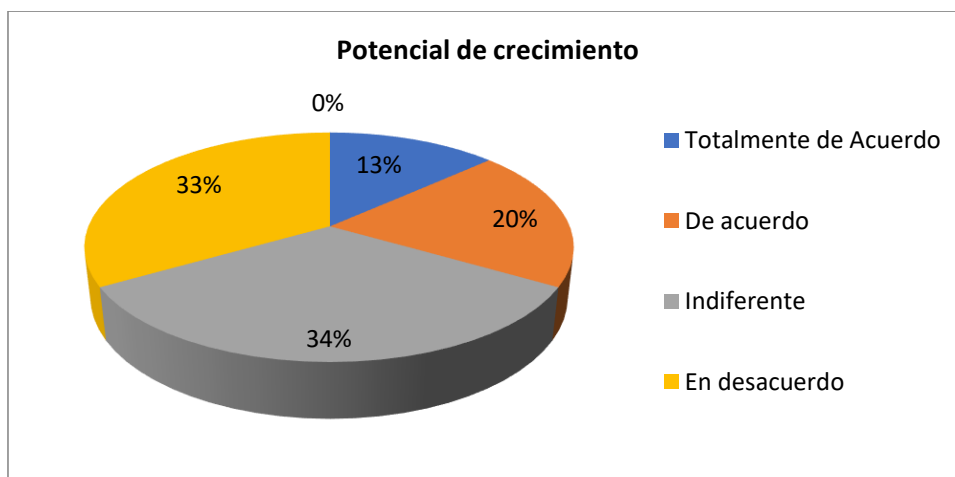


Figura 14 *Potencial de crecimiento*

Análisis

Sobre conocer si existe un potencial de crecimiento para la exportación de pulpa de frutas al mercado alemán, el 34% se mostró indiferente, el 33% contestó en desacuerdo, el 20% de acuerdo y el 13% totalmente de acuerdo.

15. Es necesario fortalecer la comercialización de la pulpa de frutas en el mercado alemán

Tabla 28

Fortalecer la comercialización

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	8	53
2	De acuerdo	6	40
3	Indiferente	1	7
4	En desacuerdo	0	0
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia)2023)

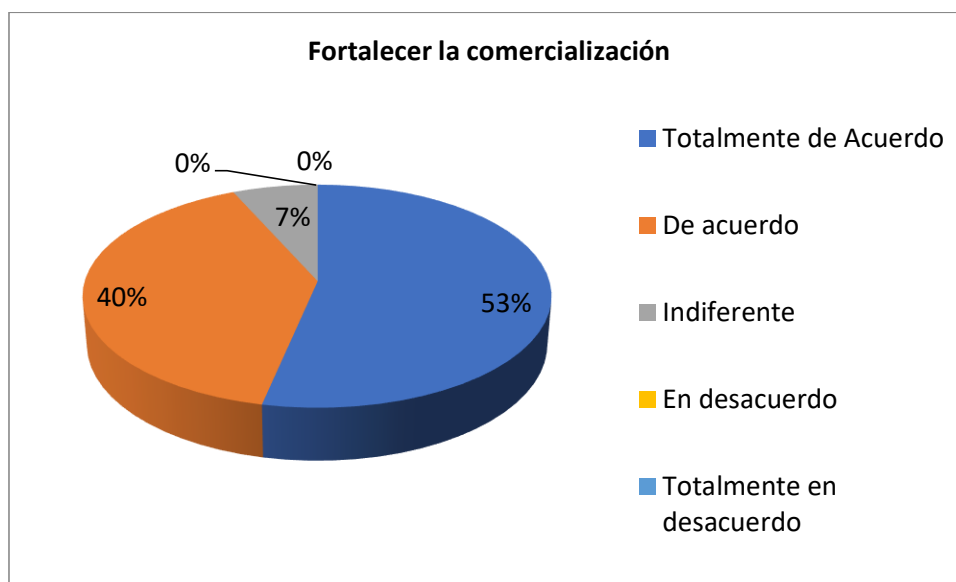


Figura 15 Fortalecer la comercialización

Análisis

Con respecto a considerar necesario fortalecer la comercialización de la pulpa de frutas en el mercado alemán, el 53% estuvo totalmente de acuerdo y el 40% contestó estar de acuerdo.

16. Cree oportuno contar con un manual estratégico para la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán.

Tabla 29

Manual estratégico

Ítem	Alternativas	F	%
1	Totalmente de Acuerdo	9	60
2	De acuerdo	5	33
3	Indiferente	1	7
4	En desacuerdo	0	0
5	Totalmente en desacuerdo	0	0
	Totales	15	100%

Nota: Elaboración propia (2023)

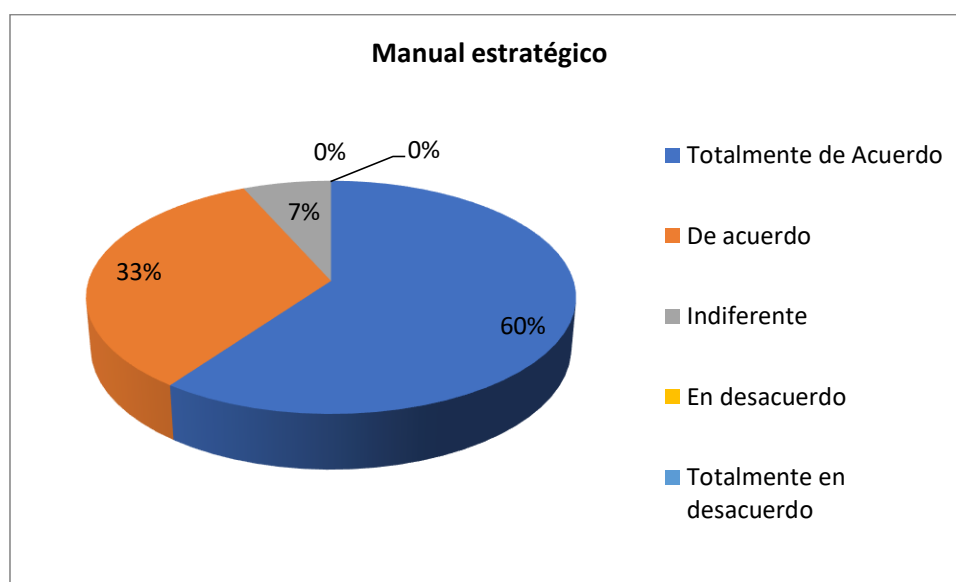


Figura 16 Manual estratégico

Análisis

En la interrogante sobre crear oportuno contar con un manual estratégico para la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán, el 60% contestó estar totalmente de acuerdo y el 33% también contestó estar de acuerdo.

3.2. Análisis general de los resultados

Los resultados generales obtenidos de la encuesta se resumen de la siguiente manera:

Sobre la Producción de la fruta de arazá, el 47% de los participantes indicaron que la producción de la fruta de arazá ha aumentado en los periodos 2020-2022, lo que refleja una percepción mayoritaria de crecimiento en la producción de esta fruta.

El tema referente al elemento procesado más solicitado, el 47% de los participantes estuvo de acuerdo en que la pulpa de arazá es el elemento procesado más solicitado en el mercado. Sin embargo, el 33% mostró su desacuerdo, revelando una discrepancia en esta percepción.

En las Políticas de comercialización y ventas, los resultados reflejan una variedad de opiniones sobre la efectividad de las políticas de comercialización. El 33% estuvo de acuerdo en que estas políticas han incrementado las ventas, mientras que un 27% se mostró indiferente, un 20% en desacuerdo y otro 20% totalmente de acuerdo.

La Calidad del producto, el 47% estuvo de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo y el 13% en desacuerdo en que la calidad del producto puede mejorar. Esto indica cierto consenso en la necesidad de mejorar la calidad del producto.

En cuanto a la Presentación y empaque adecuados, el 47% estuvo de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo y el 13% en desacuerdo en cuanto a si la presentación y empaque de la pulpa de arazá son adecuados para el mercado alemán. Esto muestra una cierta confianza en la presentación y empaque, pero también algunas discrepancias.

Las Certificaciones de calidad y sostenibilidad, el 40% estuvo de acuerdo y el 27% en desacuerdo en cuanto a si las empresas cuentan con certificaciones de calidad y sostenibilidad reconocidas en el mercado alemán. Esto refleja una diversidad de opiniones sobre este aspecto.

En cuanto a la efectividad de los canales de distribución, el 40% estuvo de acuerdo, el 27% en desacuerdo, el 13% indiferente y el 13% totalmente de acuerdo en cuanto a si los canales de distribución permiten llegar de manera efectiva al mercado

alemán. Esto indica opiniones mixtas sobre la efectividad de los canales de distribución.

El tema de las estrategias de promoción y marketing, el 47% estuvo en desacuerdo, el 20% totalmente de acuerdo y el 20% indiferente en cuanto a si las empresas han implementado estrategias efectivas de promoción y marketing para posicionar la pulpa de arazá en el mercado alemán. Además, un 13% estuvo totalmente en desacuerdo. Esto muestra una falta de consenso en cuanto a la efectividad de las estrategias de promoción y marketing.

En general, los resultados evidencian diferentes percepciones y opiniones entre los participantes en varios aspectos relacionados con la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán. Esto resalta la importancia de evaluar y abordar estas áreas de mejora para fortalecer la comercialización y el crecimiento en este mercado. Además, sugiere la necesidad de establecer estrategias claras y contar con manuales estratégicos para la exportación de pulpa de arazá, así como considerar la calidad del producto y la efectividad de las políticas de comercialización

CAPITULO IV: PROPUESTA

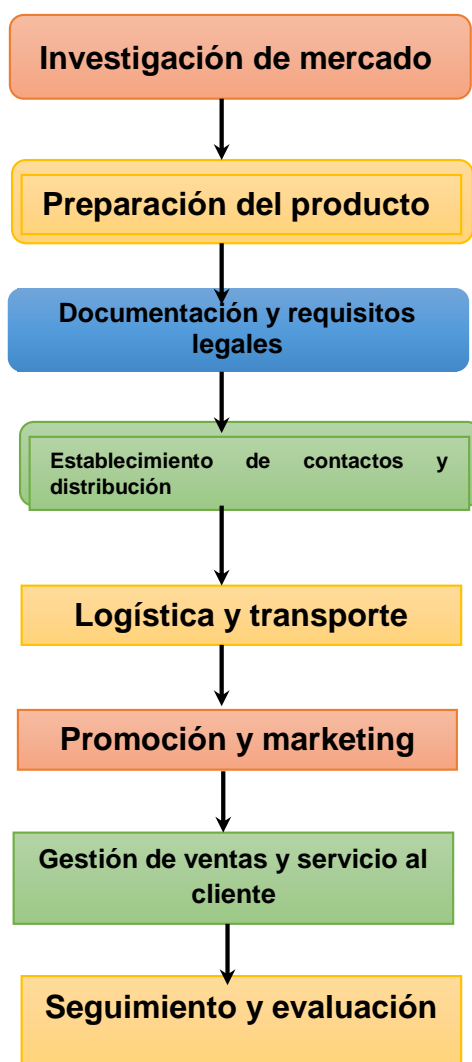
4.1. Título de la Propuesta

Guía estratégica de exportación para la pulpa de arazá y sus subproductos hacia el mercado alemán.

4.2. Consideraciones generales de la propuesta

Los procesos de exportación para el mercado alemán implican una serie de pasos y consideraciones específicas. A continuación, se describen los procesos generales involucrados:

Figura 17 Flujograma de procesos



Nota: Elaboración propia (2023)

Para estos procesos se muestran estrategias a seguir para el cumplimiento de las mismas:

Tabla 29

Estrategia	Actividades	Frecuencia
Investigación de mercado exhaustiva	Analizar la demanda, las preferencias del consumidor, la competencia, las barreras comerciales y los requisitos legales y regulatorios.	Anual
Cumplir con los estándares y requisitos del mercado alemán.	Incluir aspectos como la calidad, las certificaciones (orgánico, comercio justo, etc.), el etiquetado en alemán y el empaque adecuado.	Mensual
Conocer y familiarizarse con los requisitos legales y de documentación para la exportación a Alemania.	Obtención de certificados de origen, certificados fitosanitarios, documentos de aduana, entre otros.	Anual
Ampliar la cartera de contactos.	Identificar y establecer contactos con importadores, distribuidores o agentes comerciales en Alemania.	Mensualmente
Organizar la logística y el transporte	Coordinar el embalaje, la carga, el transporte y el cumplimiento de los	Semanal

requisitos de seguridad y trámites aduaneros.

Desarrollar estrategias de promoción y marketing para posicionar el producto en el mercado alemán.	Participar en ferias comerciales, publicidad, presencia en redes sociales y colaboraciones con minoristas locales.	Mensual
Gestionar las ventas y brindar un buen servicio al cliente en el mercado alemán.	Capacitación de personal local, la gestión de pedidos, la atención al cliente y la resolución de problemas.	Diario
Realizar un seguimiento regular de las ventas, la aceptación del producto y la satisfacción del cliente en el mercado alemán.	Evaluar los resultados y realizar ajustes en la estrategia según sea necesario.	Semanal
Buscar asesoramiento experto	Conocer regulaciones y requisitos actualizados para la exportación a Alemania.	Mensual
Monitoreo y adaptación continua	Seguir las tendencias del mercado, los cambios en la demanda y las preferencias del consumidor en Alemania.	

Nota: La tabla muestra la exportación de la pulpa de Arazá. Fuente: Elaboración propia

Presupuesto

Para el implemento de estas estrategias se debe considerar un presupuesto de mínimo sueldo básico para el personal encargado de la investigación de mercados, también los valores a pagar por la obtención de certificados necesarios para el funcionamiento. Invertir en un asesoramiento experto para conocer los temas actuales para la exportación alemana; para las demás estrategias el presupuesto a considerar va a depender del rol que desempeñe cada colaborador, generalmente es de un sueldo básico.

Evaluación o seguimiento

Es necesario ajustar las estrategias de exportación y comercialización en función de la retroalimentación y los resultados obtenidos. Además, es esencial contar con un plan de acción sólido y recursos adecuados para ejecutar con éxito estas estrategias en el mercado alemán.

Conclusiones

Del objetivo general se llega a la conclusión de que, en relación a la producción de arazá, se ha observado un aumento durante los períodos 2020-2022, según el 47% de los productores participantes. Esto señala una oportunidad de crecimiento en este sector.

Existe cierta discrepancia en cuanto al producto procesado más demandado en el mercado. Mientras que el 47% considera que la pulpa de arazá es el producto más solicitado, el 33% no está de acuerdo. Es necesario realizar un análisis más detallado para comprender esta discrepancia y ajustar la estrategia de producción en consecuencia.

Las políticas de comercialización han generado opiniones mixtas entre los participantes de la investigación, lo que indica la necesidad de evaluar y ajustar dichas políticas para lograr un mayor impacto en las ventas.

La calidad del producto es un aspecto que requiere mejoras, según el 47% de los encuestados. Es fundamental enfocarse en fortalecer los estándares de calidad para satisfacer las demandas del mercado alemán.

Según el primer objetivo específico se concluye que en cuanto al mercado alemán y su alto poder adquisitivo y su demanda de productos exóticos y saludables; la exportación de pulpa de arazá podría ofrecer una oportunidad para ingresar a un mercado con consumidores dispuestos a probar nuevos productos y valorar la calidad y la sostenibilidad.

Es importante tener en cuenta la competencia en el mercado alemán. Otros proveedores de pulpa de frutas exóticas pueden estar presentes, lo que requiere una estrategia de diferenciación para destacar entre los competidores. Aspectos como la calidad, el sabor, el origen y las certificaciones orgánicas o de comercio justo pueden brindar ventajas competitivas.

De acuerdo al segundo objetivo específico se deben considerar las regulaciones y requisitos fitosanitarios para la importación de pulpa de arazá a Alemania. Es necesario cumplir con los estándares de calidad y seguridad alimentaria establecidos por las autoridades sanitarias alemanas y europeas, lo que puede implicar pruebas de laboratorio, certificaciones y documentación adicional.

En cuanto al último objetivo indica que la logística de exportación y la cadena de suministro también son factores importantes a tener en cuenta. Se debe evaluar los costos y la eficiencia del transporte, así como la capacidad de mantener la pulpa de arazá en condiciones adecuadas durante el envío para garantizar su frescura y calidad al llegar al mercado alemán.

Para analizar los resultados de la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán, se pueden considerar indicadores como el volumen de ventas, la rentabilidad, la aceptación del producto por parte de los consumidores y la posibilidad de establecer relaciones comerciales a largo plazo con distribuidores y minoristas en Alemania.

Es importante realizar un análisis más detallado y actualizado, teniendo en cuenta datos específicos y el contexto actual del mercado, para obtener resultados más precisos sobre la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán.

Recomendaciones

Es necesario realizar un análisis exhaustivo de los productos procesados de la fruta de arazá para determinar cuál tiene mayor demanda en el mercado alemán. Esto permitirá adaptar la producción y la estrategia de comercialización en consecuencia.

Es fundamental evaluar y modificar las políticas de comercialización para mejorar el impacto en las ventas. Esto implica identificar nuevos canales de distribución, implementar estrategias promocionales efectivas y optimizar la presentación y el embalaje del producto.

Es importante implementar medidas y procesos para mejorar la calidad del producto. Esto incluye brindar capacitación a los productores, establecer controles de calidad más rigurosos y obtener certificaciones reconocidas en el mercado alemán.

Se deben fortalecer las estrategias de promoción y marketing para posicionar la pulpa de arazá en el mercado alemán. Esto puede implicar la participación en ferias comerciales, la colaboración con influencers o expertos en el sector, y la utilización de estrategias de marketing digital.

Es necesario investigar y abordar las barreras comerciales o restricciones existentes en la exportación de pulpa de arazá a Alemania. Esto puede implicar la colaboración con instituciones gubernamentales o asociaciones comerciales para superar dichas barreras.

Se recomienda elaborar un manual estratégico para la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán. Este manual debe proporcionar información detallada sobre los requisitos del mercado, los canales de distribución, las estrategias de promoción y marketing, y las medidas para garantizar la calidad del producto.

Se insta a los productores a enfocarse en mejorar la calidad del producto, ajustar las políticas de comercialización, fortalecer las estrategias de promoción y marketing, y superar las barreras comerciales para aprovechar al máximo el potencial de crecimiento en la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán.

Bibliografía

- Acosta, D. «Tipos de Controles.» *Despliegue de Medidas*, 2018.
- BCE. «Evolución de la Balanza Comercial, Enero – Agosto 2020 .» *Banco Central del Ecuador*. 12 de Octubre de 2020.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202010.pdf>.
- Cartay, Rafael. *El arazá (Eugenia stipitata): el poder de la guayaba amazónica*. 13 de Febrero de 2020. <https://delamazonas.com/plantas/frutas/el-araza/>.
- CEPAL. *Comercio internacional y desarrollo inclusivo, Construyendo Sinergias*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL),
<https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27975/3/S2012927.pdf>, 2013.
- Corrales, Ramírez Cristian. «Potencial exportador de la pulpa de Arazá hacia el mercado de Alemania.» *Universidad Antonio Nariño*. 03 de junio de 2022.
<http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/6856>.
- Evangelista Cabrera, W. *Plan de comercio exterior para la exportación de pulpa de arazá al mercado estadounidense, en el estado de Nueva York*. Universidad Internacional del Ecuador, 2013.
- Evangelista, Cabrera W. «Plan de comercio exterior para la exportación de pulpa de arazá al mercado estadounidense, en el estado de Nueva York.» *Universidad Internacional del Ecuador*. 2013.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1602/1/T-UIDE-119.pdf>.
- Ferreira, y Gentil. «Manual tecnico araza (Eugenia stipitata): cultivo y utilización.» *Gobierno del Perú, Secretaria Pro-Tempore*, 2009.
- García Espinoza, A. «Diseño de un plan de negocios para la exportación de pulpa de arazá desde Machala provincia de el Oro hacia el mercado de Ginebra – Suiza.» *Universidad Técnica de Machala*. Agosto de 2016.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/6791/1/TUACE-2015-CI-CD00076.pdf>.

- Gómez, Sergio. *Metodología de la Investigación*. Estado de México: Red Tercer Milenio, 2012.
- González, Guerra, C. «Análisis de mercado para el plan de exportación de pulpa de arazá producida y procesada en Ecuador para el mercado de Múnich-Alemania. .» *Universidad de las Américas, Quito*. 2011.
<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3142>.
- Hernández, Fernández & Batispta. *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hills p. 152, 2014.
- Hernandez, Fernández, y Batispta. *Metodología de la Investigación*. México: Mac Graw Hill, 2014.
- Hernandez, M. *Universidad Continental*. 7 de Julio de 2020.
https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/11/11278/4_control_de_gestio.pdf.
- INIAP. *Boletín de prensa N. 175*. Coordinación de Comunicación Social del INIAP, 2011.
- Laverde, J. *Estudio de las condiciones óptimas para la obtención de jugo clarificado de arazá, mediante procesos enzimático y membranario*. Escuela Politécnica Nacional, 2010.
- Llaca, A., y J. Villalonga. *Teorías del Comercio Internacional. Taller de Comercio Internacional en el Instituto Tecnológico de Monterrey, . Campus Central Veracruz (Córdoba)*, 2006.
- Loaiza, M., H. Ponce, y H. Fiallos. «Análisis de Emprendimiento de Yogurt a base de Arazá en la Ciudad de Guayaquil.» *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento 2* (2018): 847-876.
- Maldonado, B. «Análisis dimensional del concepto de estrategia.» 2017: 10.
- Martillo, Pazmiño I., Loayza G. Apolo, y Yépez A. Duque. «Fruta amazónica Arazá.» *Eumed 1* (2010): 16.
- Nastur, Irma, Anuar Benavidez, Andrés Barrera, y Yelli Pardo. *Potencial agroindustrial de frutas amazónicas del departamento del Caquetá: caso*

- arazá. Revista Facultad De Ciencias Contables Económicas Y Administrativas -FACCEA, 2016.
- OECD. «Exportadores de Frutas tropicales (2021).» 2021.
[https://oec.world/es/profile/hs/tropical-fruits#:~:text=Entre%202020%20y%202021%2C%20las,%2C%20y%20Tailandia%20\(%24105M\).](https://oec.world/es/profile/hs/tropical-fruits#:~:text=Entre%202020%20y%202021%2C%20las,%2C%20y%20Tailandia%20(%24105M).)
- Pedraza, Javier Mauricio. «Inteligencia de mercados - viabilidad de comercialización del arazá en Suiza y Canadá.» *Repositorio Institucional Universidad Piloto de Colombia*, 2014.
- ProEcuador. *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, frutas no tradicionales*. 2020. <https://www.proecuador.gob.ec/>.
- SIAMAZONIA. *SIAMAZONIA*. 2018. <https://siamazonia.org.pe/>.
- Simbaña, J. «Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de yogurt de frutas amazónicas no tradicionales (arazá borojó y guayaba) en la ciudad de Tena.» *Repositorio*, 2010.
- Suarez, Jame Jefferson Arcadio. «Gestión de talento humano de la movilizadora de frutas tropicales de producción y comercialización la Clementina “Frucomcle”.» *Universidad Técnica de Babahoyo*, 2022.
- Tapia, M., y Ana María Fries. «Guía de Campo de los cultivos Andinos.» *FAO/ANDE*. Junio de 2007. <https://www.fao.org/3/ai185s/ai185s.pdf>.
- Valenzuela, Bozza. *Desarrollo de un plan de negocios de Exportación de pulpa de Arazá. Ecuador*. Quito: Universidad de las Américas, 2012.
- Vergara, Cortina Néstor. *Marketing y comercialización internacional*. Ecoe Ediciones, 2012.

ANEXOS

Información de la empresa:

Nombre de la empresa:

Ubicación:

Años de experiencia en la exportación de pulpa de arazá:

ITEM	INTERROGANTE	ALTERNATIVAS				
		TA	DA	I	ED	TD
1	La producción de la fruta de arazá ha ido en incremento en los periodos 2020-2022					
2	La pulpa de arazá es el elemento procesado de la fruta más solicitado dentro del mercado.					
3	Las políticas de comercialización de la empresa han permitido el incremento de las ventas.					
4	La calidad de la pulpa de arazá cumple con los estándares exigidos por el mercado alemán.					
5	La presentación y empaque de la pulpa de arazá son adecuados para el mercado alemán.					
6	La empresa cuenta con certificaciones de calidad y sostenibilidad reconocidas en el mercado alemán.					
7	Los canales de distribución permiten llegar de manera efectiva al mercado alemán.					
8	Se han implementado estrategias de promoción y marketing efectivas para posicionar la pulpa de arazá en el mercado alemán.					
9	La demanda de pulpa de arazá en el mercado alemán ha sido satisfactoria.					
10	La empresa lidera la competencia en el mercado alemán frente a otros exportadores de pulpa de arazá.					
11	Existen barreras comerciales o restricciones en la exportación de pulpa de arazá hacia Alemania.					
12	La empresa mantiene convenios permanentes para la exportación de pulpa de arazá con el mercado de Alemania.					

13	La empresa cuenta con manuales de exportaciones acorde a las exigencias de cada mercado extranjero en particular.					
14	Existe un potencial de crecimiento reflejado en la planificación para la exportación de pulpa de frutas al mercado alemán					
15	Es necesario fortalecer la comercialización de la pulpa de frutas en el mercado alemán					
16	Cree oportuno contar con un manual estratégico para la exportación de pulpa de arazá al mercado alemán.					