

Ecuador – noviembre 2017 - ISSN: 1696-8352

## **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE MERMELADA DE PITAHAYA ENDULZADA CON STEVIA AL MERCADO ITALIANO.**

**Srta. Jéssica Lisseth Méndez Holguín**

[jeka\\_lissmh2010@hotmail.com](mailto:jeka_lissmh2010@hotmail.com)

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Egresada de la Escuela de Comercio Exterior

COAUTOR:

**Lcdo. Luis Felipe Castillo Criollo**

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Escuela de Comercio Exterior  
[lcastilloc@ulvr.edu.ec](mailto:lcastilloc@ulvr.edu.ec)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jéssica Lisseth Méndez Holguín y Luis Felipe Castillo Criollo (2017): “Estudio de factibilidad para la exportación de mermelada de pitahaya endulzada con Stevia al mercado italiano”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (noviembre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/estudio-exportacion-mermelada.html>

### **RESUMEN**

Este tema surge para dar a conocer la carencia de un estudio de factibilidad para la exportación de mermelada de pitahaya. El Ecuador ha realizado la exportación de este fruto en forma entera y en otras presentaciones como pulpa congelada, sin embargo, no se ha elaborado un producto final como lo es la mermelada de pitahaya, es por esto que se tiene como objetivo analizar la oportunidad de exportación.

El desarrollo del análisis para determinar la factibilidad de exportar el producto al mercado italiano, considerando que el principal problema es que a pesar de que en la actualidad el Gobierno ecuatoriano busca impulsar el desarrollo de bienes con valor agregado con el propósito de diversificar la oferta de productos que han caracterizado las exportaciones tradicionales, donde se aprecia una falta de iniciativa por parte de los productores de pitahaya para incorporar a su producto un valor agregado que lo haga más atractivo al paladar de los consumidores.

Se determinó que el mercado italiano valora mucho los productos sanos y naturales, características que posee la mermelada propuesta, además se encontró que la exportación de esta fruta exótica posee una gran promoción de los organismos locales y se trabaja arduamente para que se exporte más cantidad del producto y por supuesto llegar a la tecnificación de la materia prima de modo que se pueda establecer una empresa que exporte el producto bajo marca comercial. El consumo de frutas y mermeladas es un importante aliciente para determinar que es factible la introducción de la mermelada a este mercado.

En este caso, de acuerdo al informe presentado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2014):

El mercado de las mermeladas registró en el año 2013 un aumento en valor de 8,7% en la facturación con más de € 178 millones - y en volumen del 4,8%, con más de 30 millones de unidades vendidas (los datos incluyen ventas a través de los canales: hipermercados + supermercados + estructura de venta al por menor. (PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2014)

Esto indica que existe potencial en el mercado para ser explotado por parte de los productores de pitahaya ecuatorianos. Debido a que además de las tendencias de consumo, es necesario identificar otros factores que favorecerían el desarrollo de la mermelada de pitahaya para su introducción al mercado italiano.

**Palabras clave:** estudio de mercado, pitahaya ecuatoriana, exportación de mermelada, mermelada de pitahaya, productores de pitahaya.

## 2. ABSTRACT

This issue arises to make known the lack of a feasibility study for the export of pitahaya jam. Ecuador has carried out the export of this fruit in whole form and in other presentations as frozen pulp, however, a final product has not been elaborated as is the jam of pitahaya, that is why it is aimed to analyze the opportunity of export.

The development of the analysis to determine the feasibility of exporting the product to the Italian market, considering that the main problem is that despite the current Ecuadorian Government seeks to promote the development of value-added goods with the purpose of diversifying the supply of products that have characterized the traditional exports, where there is a lack of initiative on the part of the pitahaya producers to incorporate to their product an added value that makes it more attractive to consumers' palates.

It was determined that the Italian market values a lot of healthy and natural products, characteristics of the proposed jam, and it was found that the export of this exotic fruit has a great promotion of local organisms and is working hard to export more product and of course come to the technology of the raw material so that it can establish a company that exports the product under a trademark. The consumption of fruits and jams is an important incentive to determine that the introduction of jam into this market is feasible.

In this case, according to the report presented by the Institute for the Promotion of Exports and Investments (2014):

The jams market recorded an increase in value of 8.7% in turnover of over € 178 million in 2013, and in volume of 4.8%, with more than 30 million units sold (data includes sales through channels: hypermarkets + supermarkets + retail structure (PROECUADOR, Institute for the Promotion of Exports and Investments, 2014)

This indicates that there is potential in the market to be exploited by the Ecuadorian pitahaya producers. Because in addition to consumer trends, it is necessary to identify other factors that would favor the development of pitahaya jam for its introduction into the Italian market.

**Keywords:** market study, Ecuadorian pitahaya, export of jam, pitahaya jam, pitahaya producers.

## 3. CONCEPTO DE MERMELADA

Su nombre mermelada, proviene del latín "melimelum", que significa membrillo debido a que se preparaba exclusivamente con membrillo y abeja de miel de abeja. En la actualidad la

mermelada es la combinación de frutas y azúcares que se someten a cocción y que permiten obtener un producto cuyo contenido en sólidos solubles y un PH ácido, aseguran su conversión. El principio básico para la elaboración de mermeladas es la formación de un gel satisfactoriamente estable que contenga las cantidades adecuadas de fruta, azúcar, pectina y ácido.

### **3.1 ANTECEDENTES DE LA PITAHAYA Y STEVIA**

La pitahaya es originaria de Centroamérica, su historia inicia en la época de la conquista española, en el siglo XXIII, fue descubierta por los conquistadores de manera silvestre. La cultura Azteca la llamaba "Pitaya" lo que significa "fruta escamosa". Se la puede encontrar en el hemisferio occidental, en países sudamericanos y centroamericanos, donde es conocida de diferentes nombres. Se conocen diferentes variedades de este fruto, comercialmente las más reconocidas son la amarilla y la roja.

El cultivo de pitahaya en el Ecuador, indica que se sembraron 165,5 hectáreas de pitahaya, en tanto que la que se cosechó fue de 110 hectáreas, en el país las se siembra esta fruta se la realiza en la Provincia de Pichincha con 76,8 %, la Provincia de Morona Santiago con 11,47%, la Provincia del Guayas con 4,7%, la Provincia de Bolívar con 3,9%. Tiene 2 producciones o cosechas grandes al año, en los meses de enero - febrero y noviembre - diciembre, y una cosecha de menor nivel de producción en los meses de junio - agosto y en menor proporción en los demás meses del año.

Stevia es un género de aproximadamente 240 especie de hierbas y arbustos en la familia de girasol (Asteraceae), nativa de la parte tropical y subtropical de Sur América y América Central. La especie *Stevia rebaudiana* Bertoni, comúnmente conocido como hoja dulce, la hoja dulce, o simplemente stevia, es cultivada extensamente por sus hojas dulces. Como un sustituto de azúcar, el sabor de la stevia es bajo al principio y la duración más larga que él de azúcar, aunque algunos de sus extractos puedan tener un sabor amargo o de concentraciones altas.

Actúa también como un diurético suave que ayuda a disminuir los niveles de ácido úrico. Tiene efectos beneficiosos en la absorción de las grasas, es antiácido y facilita la digestión. Contrarresta la fatiga y los estados de ansiedad. Mejora la resistencia frente a gripes y resfriados. Es cicatrizante y bactericida en aplicaciones contra quemaduras, heridas, etc.

### **3. ANALISIS DEL MERCADO ITALIANO.**

Con respecto al mercado italiano de consumo de mermeladas, se destaca lo siguiente:

- El consumo de mermeladas de frutas tiene una alta incidencia dentro del mercado italiano, unos de cada dos italianos son consumidores, dentro de la familia y como rutina diaria (generalmente el desayuno).
- La compra de mermeladas se lo realiza con más frecuencia a través de supermercados.
- Hay un aumento también en la producción de mermeladas caseras.
- Respecto a las mermeladas de frutas exóticas tienen un nicho de mercado que corresponde aproximadamente al 0,2% del mercado total (aproximadamente 300.000 - 500.000 Euros de ventas al año).
- Analizando el mercado de los productos BIO en general, la fruta fresca y procesada tiene una cuota de mercado del 30%, de lo cual las confituras y mermeladas ocupan el 8,8% (años 2013).

El mercado italiano tiene una gran incidencia en el consumo de mermelada de frutas exóticas, es decir que dentro de un hogar en Italia esta es consumida de forma regular o diaria, para

consumirla los italianos compran sus mermeladas con mayor frecuencia en supermercados y locales de autoservicio, las mermeladas caseras también poseen buena acogida en el mercado, además, la producción y las ventas de mermeladas presentan un aumento durante el periodo 2013, lo que representa para el proyecto una oportunidad para ingresar a este mercado.

Según las investigaciones de Pro Ecuador, existe un nicho de mercado del 0,2% para el proyecto, de las mermeladas de frutas exóticas como la pitahaya, anteriormente se había mencionado también que las mermeladas caseras son bien acogidas, por lo que la mermelada propuesta se la elaborará de manera artesanal, utilizando como materia prima fruta fresca libre de químicos, y su preparación se la hará con aditivos naturales como lo es la stevia y azúcar morena, ya que estos productos poseen también una cuota del mercado italiano del 8.8%.

### 3.1 EXPORTACIONES DE MERMELADA DE PITAHAYA DE ECUADOR

Las exportaciones ecuatorianas de mermelada bajo la partida 2007.99.100 destinadas a Italia, en el 2009 fueron de USD 206 mil, las mismas que a noviembre 2014 alcanzan los USD 113 mil equivalentes a 36 toneladas, si bien el nivel es inferior en relación a años previos se

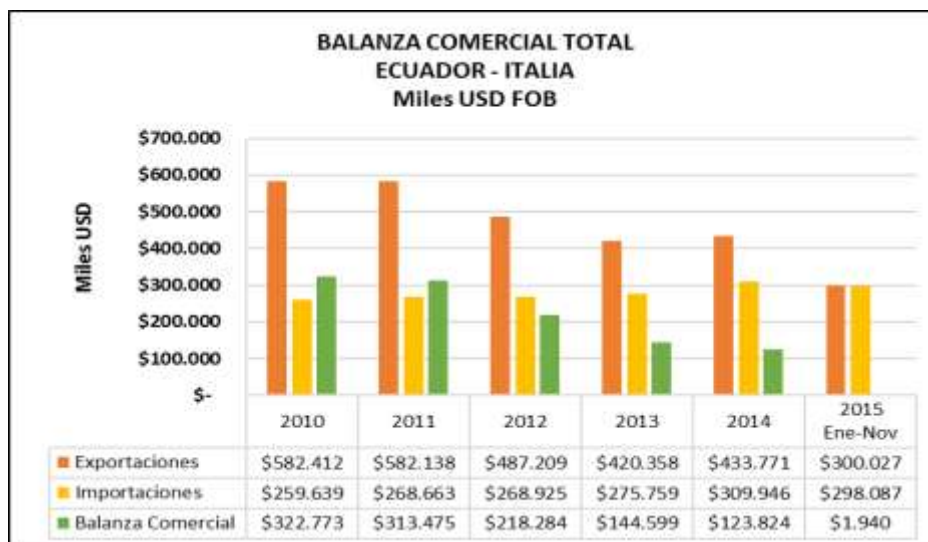


observa una importante recuperación en relación a los valores alcanzados en el 2013.

Elaborado por: Méndez Holguín Jessica Lisseth

### 3.2 BALANZA COMERCIAL ENTRE ECUADOR E ITALIA

Ecuador posee una balanza positiva con Italia, no se exporta productos petroleros a este país, sin embargo, para el 2015 existieron importaciones petroleras desde Italia, a continuación, se detalla la balanza de pagos entre estos dos países:



Elaborado por: Méndez Holguín Jessica Lisseth

### 3.3 ANÁLISIS DEL CONSUMO DE MERMELODAS EN ITALIA

El objetivo de este estudio es analizar las necesidades y tendencias de consumo en términos de la alimentación en Italia a partir de diferentes factores, a través de los cuales se determinará la factibilidad de comercializar mermelada de pitahaya endulzada con stevia. En este caso, se consideran principalmente los factores de cambio sociodemográfico y las diferencias en las diferentes zonas del país que han provocado cambios importantes.

En términos específicos, de acuerdo a un estudio desarrollado por el equipo de investigación MassMarket (2015), donde mencionan que la fruta fresca y verduras son los productos con mayor porcentaje de demanda con un 70%, entre otros productos que pertenecen al segmento de las frutas procesadas, los volúmenes de conservas y mermeladas siguen creciendo con un 45%, es decir un incremento del 3,7% en relación al año 2014, impulsado por un mayor promedio de compras para el hogar de 3,5%, como consecuencia del fenómeno de las existencias, impulsado por la aplicación de precios de promoción.

Con respecto al consumo de mermelada se destaca lo siguiente, “El consumo de mermeladas de frutas tiene una alta incidencia dentro del mercado italiano, unos de cada dos italianos son consumidores, dentro de la familia y como rutina diaria (generalmente el desayuno)”.

### 3.4 ANÁLISIS DEL CONSUMO DE EDULCORANTES EN ITALIA

En la actualidad el concepto de “bienestar” es considerado como uno de los factores determinantes en una gran parte de los consumidores con relación en la elección de los productos en conservas. Esto a su vez ha incidido en que existan mayores exigencias con respecto a la formulación del alimento y la incorporación de un componente bajos en calorías.

Así mismo, la tendencia a aligerar las calorías de las recetas para consumir conservas requiere de mayor innovación y diversificación en la oferta, lo que ha concedido varias soluciones: mermeladas endulzadas con fructosa, otros edulcorantes con un bajo contenido de calorías y rica en fibras vegetales.

Sin embargo, la solicitud de los consumidores no admite grandes pérdidas en términos de sabor, textura, durabilidad del producto; por lo que las mermeladas deben conservar el sabor tradicional. En este caso, los productores evalúan en la actualidad una gama de soluciones disponibles de edulcorantes que reducen el contenido calórico de los alimentos, tales como la stevia de origen natural.

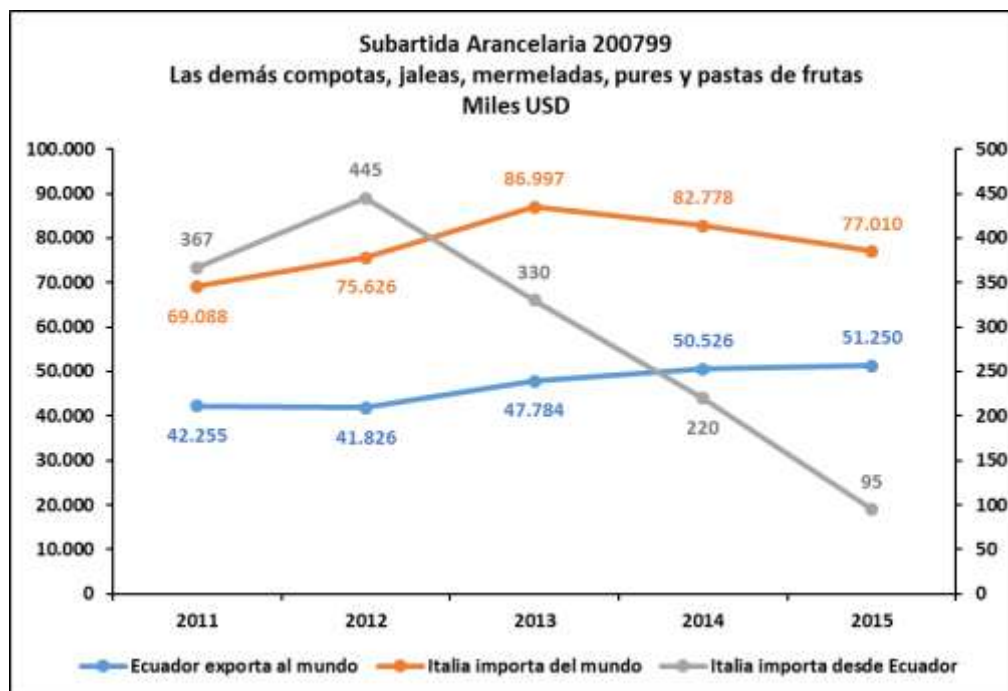
### 3.5 IMPORTACIONES DE MERMELODAS DESDE ITALIA

Las importaciones de mermeladas desde Italia donde bajo la partida 2007.99, donde se incluyen las mermeladas de frutas, han venido creciendo en los últimos años pasando de USD 46,8 millones en 2009 a USD 86,9 millones en el 2013 (Una tasa de crecimiento promedio anual de 17,6%).



Elaborado por: Méndez Holguín Jessica Lisseth

Las mermeladas más comunes consumidas en Italia son preparadas a base de manzana, durazno, fresa, etc., por lo que las elaboradas en base a frutas exóticas, tienen que ser importadas, debido a que estas se producen exclusivamente en ambientes húmedos y climas tropicales y subtropicales. A continuación, se detallan las importaciones de mermeladas de Italia de la subpartida 200799 la cual es compartida con las compotas, jaleas, purés y pastas de fruta



Elaborado por: Méndez Holguín Jessica Lisseth

Como se puede observar, existe un ligero decrecimiento del 7% en las importaciones de la subpartida 200799 de Italia, aunque su tendencia es a la alza si lo vemos desde el año 2011, por otra parte, Ecuador presenta crecimientos paulatinos en sus exportaciones de esta misma subpartida con una tendencia a la alza, sin embargo, si analizamos las importaciones de Italia desde Ecuador de la subpartida estudiada, se puede observar un declive muy acentuado, por lo que es de vital importancia retomar la participación perdida de este rubro en el mercado italiano.

Las marcas de mermeladas más destacadas y presentes en la mayoría de los autoservicios italianos son: Santa Rosa, Valfrutta, Zuegg, Hero y marcas blancas. Los sabores más populares en los puntos de venta son: manzana, frutilla, durazno, cereza y demás frutas del bosque.

#### **4. RESULTADOS**

Una vez analizado el mercado, y con la información respecto a las preferencias y tendencias de consumo de mermelada en Italia, se procede a describir las características del producto, precio y plaza a fin de proporcionar la información necesaria para realizar la evaluación financiera y determinar la factibilidad de la producción y exportación de la mermelada de pitahaya endulzada con Stevia

Para el diseño del envase, se ha elegido vidrio y se estima enviarla en presentaciones de 300 g., considerando que las tendencias de consumo de los italianos demuestran que dicho mercado prefiere adquirir productos alimenticios con formatos de 290-350g. En este caso, se sustituirán el porcentaje de azúcar blanca por la stevia natural, con base a la formulación que se obtenga posterior a un análisis de laboratorio.

Para la distribución del producto en el mercado italiano, se ha elegido utilizar supermercados e hipermercados, considerando el comportamiento de compra de los italianos, que prefieren adquirir este tipo de productos en centros mayoristas-minoristas, esto además permitirá a los comerciantes tener un mayor alcance y cobertura hacia el consumidor final.

Para llevar a cabo la exportación de la mermelada de pitahaya endulzada con stevia, el importador tendrá que elegir el tipo de transporte que será conveniente utilizar, así como los Incoterm con base a los cuales se llevarán a cabo las negociaciones. En este contexto, dentro de las alternativas que presentan los Incoterm establecidos por la Cámara de Comercio Internacional vigentes a partir del año 2011 (Pro Ecuador, 2010), se determina que las exportaciones de la mermelada se realizarán en término "Free On Board" (FOB), Estableciéndose que la obligación del vendedor concluye cuando se haya ubicado la mercadería en el puerto de embarque, incluyendo el trámite aduanero de exportación, quedando establecido que el transporte internacional, es responsabilidad exclusiva del comprador, sin que esto se constituya en una camisa de fuerza para el exportador, pues al tratarse de una primera exportación al mercado italiano, se otorgará asesoramiento y seguimiento a todas las etapas de la cadena logística desde su envío hasta su llegada a destino.

Los envases con la mermelada de pitahaya serán colocados en cajas de cartón corrugado con quince divisiones en dos niveles, logrando una correcta acomodación y protección de los envases de vidrio al momento de su traslado y transporte. Las cajas contendrán 30 envases con el producto.

Las cajas de cartón son colocadas en paletas de dimensiones 120x100x15cm., conforme lo establece la norma ISSO 3394 para carga destinada a Europa. En cada paleta ingresan 135 cajas dando un total de 4.050 productos. La primera exportación será de 5 paletas que contienen la cantidad de 20.250 mermeladas. Las tarimas al ser de madera serán sanitizadas de acuerdo a lo que establecen las normas NIMF 15.

#### **5.CONCLUSIONES**

Dentro de lo expuesto se analiza la oportunidad de desarrollar esta mermelada como una alternativa para diversificar las exportaciones ecuatorianas, ajustándose al enfoque actual basado en el cambio de la matriz productiva. Así mismo, se analiza la capacidad de producción local con base a la información obtenida de la investigación de mercado, así como también se formulan estrategias orientadas a fortalecer la producción local de este producto y su posible exportación hacia Italia.

Como propósito se tiene obtener ingresos adicionales, mejorar la calidad de vida a partir de un agradable producto que es la mermelada de pitahaya endulzada con stevia, puesto que, la idea del proyecto de factibilidad es crear un producto atractivo para los clientes, de acuerdo a sus necesidades y para cualquier ocasión, por cuanto la mermelada de pitahaya es un producto que tiene muchas ventajas como: nutritivo vegetal rico en vitaminas C y E, hidratante cutáneo, permitiendo a los clientes la oportunidad de mantener una vida saludable.

De tal modo que, la intensión de este negocio estaría orientado a cumplir los anhelos de un sector de la población que busca encontrar el equilibrio perdido en la forma de alimentación, que las personas puedan establecer una nueva relación con la fruta pitahaya, lista para consumir en cualquier momento y lugar, presentadas en forma atractiva y agradables.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- Asopitahaya. (2016). Recuperado el 2016, de <http://www.asopitahaya.com/index.php/es/productoresyproduccion>
- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria. (2016). El consumo de edulcorantes. Roma: Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria.
- Banco Central del Ecuador. (2015). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 2016, de ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR: <https://www.bce.fin.ec/comercioExteriorBi/comercio/consultaTotXPaisNandinaConGraficoV2.jsp>
- Banco Central del Ecuador. (2015). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 2016, de ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR: <https://www.bce.fin.ec/comercioExteriorBi/comercio/consultaTotXPaisNandinaConGraficoV2.jsp>
- Pro Ecuador. (2015). Mermeladas de frutas exóticas en Italia. Parte dos: Requisitos del comprador. Quito: Pro Ecuador.
- PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2015). Mermeladas de frutas exóticas en Italia. Parte dos: Requisitos del comprador. Quito: PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). Mermeladas de frutas exóticas en Italia. Parte uno: Información de mercado. Quito: PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

