



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA: INCIDENCIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LOS  
AGROEXPORTADORES CON LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES  
EN LA ZONA NOR – CENTRAL DE LA PROVINCIA DE  
PICHINCHA.**

**AUTOR: PAEZ REDROVÁN, ROSANA LIZETH**

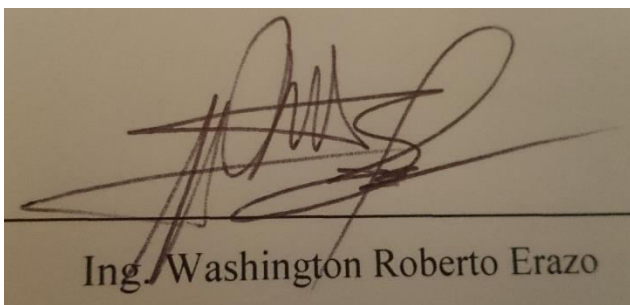
**DIRECTOR: ING. ERAZO WASHINGTON ROBERTO**

**SANGOLQUÍ**

**2015**

## CERTIFICADO

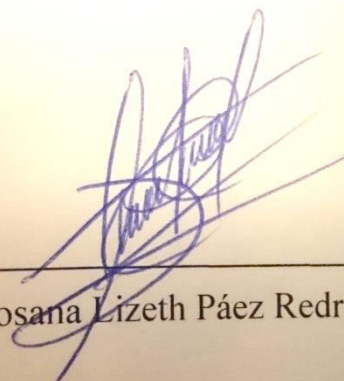
Certifico que el presente proyecto titulado “Incidencia de la Actividad Comercial de los Agroexportadores con los Pequeños Productores en la Zona Nor – Central de la Provincia de Pichincha”, fue desarrollado en su totalidad por la Ing. Rosana Lizeth Páez Redrován, bajo mi dirección.



Ing. Washington Roberto Erazo

## **AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

El presente proyecto titulado “Incidencia de la Actividad Comercial de los Agroexportadores con los Pequeños Productores en la Zona Nor – Central de la Provincia de Pichincha”, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado el derecho intelectual de terceros considerándolos en citas a pie de página y como fuentes en el registro bibliográfico. Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance del proyecto en mención.

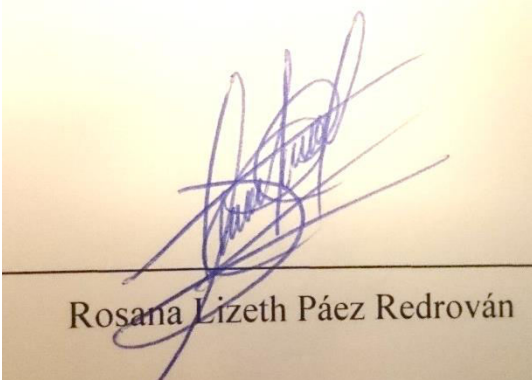


Rosana Lizeth Páez Redrován

## AUTORIZACIÓN

Yo, Rosana Lizeth Páez Redrován, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE” a publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo “Incidencia de la Actividad Comercial de los Agroexportadores con los Pequeños Productores en la Zona Nor – Central de la Provincia de Pichincha”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 15 de Octubre del 2015



Rosana Lizeth Páez Redrován

## DEDICATORIA

Dios quien me ha dado salud, vida y la oportunidad de cumplir con la consecución de tantos logros, primero culminar después de cinco años mi carrera, así como la realización de este trabajo.

Dedico el esfuerzo realizado a mis padres Rosana Redrován Y Jorge Páez que siempre han sido un ejemplo de vida y una guía, son ellos quienes con tanto esfuerzo me han dado su infinito amor, apoyo, comprensión, tiempo y sobre todo me han hecho convertir en la valiosa mujer que hoy soy.

A mi hermano y cuñada David Y Gina, quienes me han apoyado a lo largo de este proyecto y a lo largo de mi vida universitaria.

A mi hermano Daniel, que Dios depare un camino lleno de bendiciones, de éxitos y de felicidad.

A mi abuelita, quien supo encaminarme siempre por el camino de sabiduría, con su experiencia y consejos me impulsó a cumplir mis logros académicos.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque su tiempo perfecto, en su infinita misericordia, me dio salud, vida y sabiduría a lo largo de toda mi vida y sobre todo en cada duro momento de mi etapa en la universidad para seguir adelante.

A mi familia, quienes son el pilar fundamental de mi vida, su amor, apoyo y comprensión lograron que nunca me rinda en este difícil camino. Su tiempo, y esfuerzos dedicados a mí, permiten que hoy se materialice un sueño más en mi vida, siempre les estaré agradecida.

A mis amigos que a lo largo de estos cinco años llegaron a convertirse en mi familia, son ellos quienes estuvieron en mis triunfos y fracasos dándome las energías para seguir adelante a pesar de las adversidades.

Resalto muy en particular a mi docente Ing. Roberto Erazo quien con su paciencia y conocimiento, fue mi guía en el desarrollo de este proyecto.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, porque aquí pude conocer a personas valiosas de mi vida, por ser fuente del conocimiento y encaminarme hacia una vida profesional llena de nuevas metas por cumplir.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<i><b>CERTIFICADO</b></i> .....	<i><b>i</b></i>
<i><b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b></i> .....	<i><b>ii</b></i>
<i><b>AUTORIZACIÓN</b></i> .....	<i><b>iii</b></i>
<i><b>DEDICATORIA</b></i> .....	<i><b>iv</b></i>
<i><b>AGRADECIMIENTO</b></i> .....	<i><b>v</b></i>
<i><b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b></i> .....	<i><b>vi</b></i>
<i><b>ÍNDICE DE TABLAS</b></i> .....	<i><b>xxii</b></i>
<i><b>INDICE DE FIGURAS</b></i> .....	<i><b>xxxii</b></i>
<i><b>RESUMEN</b></i> .....	<i><b>xl</b></i>
<i><b>ABSTRACT</b></i> .....	<i><b>xli</b></i>
<i><b>Capítulo I: Introductorio</b></i> .....	<i><b>1</b></i>
<b>1.1 Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Planteamiento del problema</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2.1. Identificación del problema</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2.2. Descripción del problema</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2.3. Justificación de la selección del problema</b> .....	<b>3</b>
1.2.3.1. Exportaciones .....	3
1.2.3.2. Balanza Comercial .....	4
<b>1.3 Objetivos</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3.1. Objetivo general</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3.2. Objetivos específicos</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Preguntas de investigación</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5 Justificación de objetivos</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5.1. Oportunidad del objetivo</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5.2. Viabilidad de datos</b> .....	<b>9</b>

1.5.2.1. PRO ECUADOR.....	9
1.5.2.2. SRI .....	9
1.5.2.3. SUPERINTENDENCIA DE CIAS.....	9
1.5.2.4. FEDEXPOR .....	9
1.5.2.5. BANCO CENTRAL .....	10
1.5.2.6. COMEX .....	10
1.5.2.7. INEC .....	11
1.5.2.8. AGROCALIDAD .....	11
<b>1.5.3. Importancia del Objetivo .....</b>	<b>11</b>
<b>1.6 Metodología .....</b>	<b>11</b>
<b>1.6.1. Delimitación del universo .....</b>	<b>12</b>
<b>1.6.2. Tipo de muestreo .....</b>	<b>13</b>
1.6.2.1 Muestreo no probabilístico.....	13
1.6.2.1.1 Muestreo no probabilístico por referidos .....	13
1.6.2.1.1 Muestreo intencional u opinático .....	13
<b>1.6.3. Instrumentos .....</b>	<b>14</b>
1.6.3.2 Técnica Delphi .....	14
<b>1.6.4. Planificación del proceso de datos a ser colectados.....</b>	<b>14</b>
<b>1.6.5. Plan de análisis e interpretación de datos .....</b>	<b>14</b>
<b><i>Capítulo II: Marco teórico .....</i></b>	<b>15</b>
<b>2.1 Datos relevantes del estudio .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.1 Estado del arte .....</b>	<b>15</b>
2.1.1.1 Organización Mundial de Comercio – OMC .....	15
2.1.1.2 Constitución de la República del Ecuador. ....	15
2.1.1.3 Código orgánico de la producción .....	15
2.1.1.4 Plan Nacional del Buen Vivir y el Cambio de la matriz Productiva.....	16
2.1.1.5 PIB .....	17



2.1.1.6 Deuda Externa.....	22
2.1.1.7 Inflación .....	23
2.1.1.8 Tasa Activa Y Pasiva .....	24
2.1.1.8.1 Banco Central.....	24
2.1.1.8.2 Banco del Pacífico.....	26
2.1.1.9 Salario Mínimo Vital .....	26
2.1.1.10 Riesgo País .....	30
2.1.1.11 Conversiones .....	32
2.1.1.11.1 Conversión Dólares - Euros .....	32
2.1.1.11.2 Conversión Dólares – Pesos Colombianos .....	32
2.1.1.11.3 Conversión Dólares – Sol Peruano .....	33
2.1.1.11.4 Conversión Dólares – Rublo ruso .....	33
2.1.1.12 Análisis de la situación cambiaria Ecuador – Colombia.....	34
2.1.1.13 Competitividad.....	35
2.1.1.14 Acuerdos Comerciales de Ecuador .....	36
<b>2.2 Trabajos o aplicaciones similares en otros contextos .....</b>	<b>41</b>
<b>2.2.1 Algunos ejemplos de cómo medir la Competitividad .....</b>	<b>41</b>
<b>2.2.2 Factores determinantes de la competitividad empresarial.....</b>	<b>44</b>
<b>2.3 Definiciones y los conceptos teóricos sobre el asunto en investigación .....</b>	<b>44</b>
<b>2.3.1 Cadena de valor.....</b>	<b>44</b>
<b>2.3.2 La teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante.....</b>	<b>44</b>
<b>2.3.3 Encadenamiento Productivo .....</b>	<b>45</b>
<b>2.3.4 Relaciones comerciales.....</b>	<b>45</b>
<b>2.3.5 Asociatividad .....</b>	<b>45</b>
<b>2.3.6 Matriz productiva .....</b>	<b>45</b>
<b>2.3.7 Balanza Comercial .....</b>	<b>46</b>
<b>2.3.8 PIB.....</b>	<b>46</b>
<b>2.3.9 Deuda externa.....</b>	<b>46</b>
<b>2.3.10 Inflación .....</b>	<b>47</b>

<b>2.3.11 Tasas de interés .....</b>	<b>48</b>
<b>2.3.12 Tasa Activa Referencial.....</b>	<b>48</b>
<b>2.3.13 Tasa Pasiva Referencial.....</b>	<b>49</b>
<b>2.3.14 Salario Básico .....</b>	<b>49</b>
<b>2.3.15 Salario Mínimo Vital .....</b>	<b>49</b>
<b>2.3.16 Salario Real.....</b>	<b>49</b>
<b>2.3.17 Riesgo País .....</b>	<b>50</b>
<b>2.3.18 Incoterm .....</b>	<b>50</b>
<b>2.3.19 Ex – Works (Ex-Works, Ex-Factory) .....</b>	<b>50</b>
<b>2.3.20 FAS (Free alongside ship - Libre al costado del buque).....</b>	<b>50</b>
<b>2.3.21 FOB (Free on Board - Libre a bordo) .....</b>	<b>51</b>
<b>2.3.22 FCA (Free carrier - Franco Transportista - libre transportista) .....</b>	<b>51</b>
<b>2.3.23 C&amp;F (Cost &amp; Freight - Costo y Flete) .....</b>	<b>51</b>
<b>2.3.24 CIF (Cost, Insurance &amp; Freight - Costo, Seguro y Flete).....</b>	<b>51</b>
<b>2.3.25 CPT (Carriage paid to -Transporte Pagado Hasta).....</b>	<b>52</b>
<b>2.3.26 CIP (Carriage and Insurance Paid to - Transporte y Seguro pagados hasta) .....</b>	<b>52</b>
<b>2.3.27 DAT (Delivered Duty Paid - Entregada derechos pagados).....</b>	<b>52</b>
<b>2.3.28 DAP (Entregada en el Lugar/Punto) .....</b>	<b>52</b>
<b>2.3.29 DDP - Delivered Duty Paid (Entregado Derechos Pagados, lugar de destino convenido) .....</b>	<b>53</b>
<b>2.3.30 BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).....</b>	<b>53</b>
<b>2.3.31 EUREPGAP .....</b>	<b>53</b>
<b>3.3.32 GLOBALGAP .....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.33 BRC .....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.34 BCS.....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.35 FLO .....</b>	<b>54</b>
<b>3.3.36 SPP.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.37 ISO 9001 .....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.38 PRIMUSLAB.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.39 OHSAS .....</b>	<b>55</b>

<b>3.3.40 USDA</b> .....	<b>56</b>
<b>3.3.41 Sello Verde</b> .....	<b>56</b>
<b>3.3.42 BPM</b> .....	<b>56</b>
<b>3.3.43 BASC (Business Alliance for Secure Commerce)</b> .....	<b>56</b>
<b>3.3.44 FSSC 22000</b> .....	<b>57</b>
<b>2.4 Análisis comparativo y crítico</b> .....	<b>57</b>
<i>Capítulo III: Marco metodológico</i> .....	<b>58</b>
<b>3.1 Análisis situacional</b> .....	<b>58</b>
<b>3.2 Métodos cualitativos</b> .....	<b>60</b>
<b>3.3 Determinación de variables relevantes</b> .....	<b>61</b>
<b>3.3.1 Variables Independientes</b> .....	<b>61</b>
<b>3.3.2 Variable Dependiente</b> .....	<b>61</b>
<b>3.4 Matriz de cuestionario</b> .....	<b>62</b>
<i>Capítulo IV: Marco empírico</i> .....	<b>70</b>
<b>4.1 Análisis de datos</b> .....	<b>70</b>
<b>4.1.1 Análisis Univariado</b> .....	<b>70</b>
4.1.1.1 ¿Exporta productos agrícolas o derivados?.....	70
4.1.1.2 ¿En qué provincia se localiza su puesto de trabajo? .....	71
4.1.1.3 ¿En qué cantón se localiza su puesto de trabajo?.....	73
4.1.1.4 ¿En qué ciudad se localiza su puesto de trabajo?.....	74
4.1.1.5 ¿Cuántos empleados tiene su empresa en el país que usted trabaja? .....	76
4.1.1.6 ¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa proviene de las exportaciones?.....	77
4.1.1.7 Productos que exporta.....	79
4.1.1.8 Tipo de registro de su empresa.....	80
4.1.1.9 ¿En qué región se encuentran ubicadas las empresas que proveen de productos de exportación?.....	81

4.1.1.9 ¿Exporta cebolla? .....	83
4.1.1.10 ¿Exporta sandía? .....	84
4.1.1.11 ¿Exporta arroz? .....	85
4.1.1.12 ¿Exporta fréjol? .....	86
4.1.1.12 ¿Exporta banano? .....	87
4.1.1.13 ¿Exporta fréjol gandul? .....	88
4.1.1.13 ¿Exporta aguacate? .....	89
4.1.1.14 ¿Exporta tomate de árbol? .....	90
4.1.1.15 ¿Exporta granadilla? .....	91
4.1.1.16 ¿Exporta uvilla? .....	92
4.1.1.17 ¿Exporta maíz? .....	93
4.1.1.18 ¿Exporta morochillo? .....	94
4.1.1.19 ¿Exporta panela? .....	95
4.1.1.20 ¿Exporta naranja? .....	96
4.1.1.21 ¿Exporta plátano verde? .....	97
4.1.1.22 ¿Exporta papa? .....	98
4.1.1.22 ¿Exporta zanahoria? .....	99
4.1.1.23 ¿Exporta malanga? .....	100
4.1.1.24 ¿Exporta yuca? .....	101
4.1.1.25 ¿Exporta limón? .....	102
4.1.1.25 ¿Exporta jengibre? .....	103
4.1.1.26 ¿Exporta brócoli? .....	104
4.1.1.27 ¿Exporta agroquímicos? .....	105
4.1.1.28 ¿Exporta espárragos? .....	106
4.1.1.29 ¿Exporta patacones? .....	107

4.1.1.30 ¿Exporta rosas? .....	108
4.1.1.31 ¿Exporta flores? .....	109
4.1.1.32 ¿Exporta chía? .....	110
4.1.1.33 ¿Exporta café? .....	111
4.1.1.34 ¿Exporta concentrado de maracuyá? .....	112
4.1.1.35 ¿Exporta tomate de riñón? .....	113
4.1.1.36 ¿Exporta mandarina? .....	114
4.1.1.37 ¿Exporta maracuyá? .....	115
4.1.1.38 ¿Exporta ají? .....	116
4.1.1.39 ¿Exporta harina de plátano? .....	117
4.1.1.40 ¿Exporta pimento? .....	118
4.1.1.41 ¿Exporta soya? .....	119
4.1.1.42 ¿Exporta a Estados Unidos? .....	120
4.1.1.43 ¿Exporta a Centro América? .....	121
4.1.1.44 ¿Exporta a Colombia? .....	122
4.1.1.45 ¿Exporta Alemania? .....	123
4.1.1.46 ¿Exporta a Costa Rica? .....	124
4.1.1.47 ¿Exporta a España? .....	125
4.1.1.48 ¿Exporta a República Dominicana? .....	126
4.1.1.49 ¿Exporta a Jamaica? .....	127
4.1.1.50 ¿Exporta a Francia? .....	128
4.1.1.51 ¿Exporta a Bélgica? .....	129
4.1.1.52 ¿Exporta a Italia? .....	130
4.1.1.52 ¿Exporta a Venezuela? .....	131
4.1.1.53 ¿Exporta a Haití? .....	132

4.1.1.54 ¿Exporta a la Isla Guadalupe?.....	133
4.1.1.55 ¿Exporta a Holanda? .....	134
4.1.1.56 ¿Exporta al Reino Unido? .....	135
4.1.1.57 ¿Exporta a Canadá?.....	136
4.1.1.58 ¿Exporta a Japón? .....	137
4.1.1.59 ¿Exporta a Perú? .....	138
4.1.1.60 ¿Exporta a Europa? .....	139
4.1.1.61 ¿Exporta a Chile? .....	140
4.1.1.62 ¿Exporta a Rusia?.....	141
4.1.1.63 ¿Exporta a Inglaterra? .....	142
4.1.1.63 ¿Exporta a Panamá? .....	143
4.1.1.64 ¿Exporta a Nicaragua? .....	144
4.1.1.65 ¿Exporta a Puerto Rico?.....	145
4.1.1.66 ¿Exporta a Argentina?.....	146
4.1.1.67 ¿Exporta a Australia? .....	147
4.1.1.67 ¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación?.....	148
4.1.1.68 Toma de decisiones en temas de exportación .....	149
4.1.1.69 ¿Cómo evaluaría la relación con sus clientes internacionales?.....	150
4.1.1.70 ¿Cuál es el producto de mayor rotación (ventas) en su empresa?.....	151
4.1.1.71 ¿Es suficiente el abastecimiento actual de productos?.....	153
4.1.1.72 Grado de perecibilidad cebolla: .....	154
4.1.1.73 Grado de perecibilidad sandía.....	155
4.1.1.74 Grado de perecibilidad arroz .....	156
4.1.1.75 Grado de perecibilidad fréjol .....	157
4.1.1.76 Grado de perecibilidad banana .....	158

4.1.1.77 Grado de percibibilidad fréjol gandul .....	159
4.1.1.78 Grado de percibibilidad aguacate .....	160
4.1.1.79 Grado de percibibilidad tomate de árbol .....	161
4.1.1.80 Grado de percibibilidad granadilla .....	162
4.1.1.81 Grado de percibibilidad uvilla .....	163
4.1.1.82 Grado de percibibilidad maíz .....	164
4.1.1.82 Grado de percibibilidad morochillo .....	165
4.1.1.83 Grado de percibibilidad panela.....	166
4.1.1.84 Grado de percibibilidad naranja .....	167
4.1.1.85 Grado de percibibilidad plátano verde .....	168
4.1.1.86 Grado de percibibilidad papa .....	169
4.1.1.87 Grado de percibibilidad zanahoria.....	170
4.1.1.88 Grado de percibibilidad malanga .....	171
4.1.1.89 Grado de percibibilidad yuca .....	172
4.1.1.90 Grado de percibibilidad limón.....	173
4.1.1.91 Grado de percibibilidad jengibre .....	174
4.1.1.92 Grado de percibibilidad brócoli.....	175
4.1.1.93 Grado de percibibilidad agroquímicos: .....	176
4.1.1.94 Grado de percibibilidad espárragos:.....	177
4.1.1.95 Grado de percibibilidad patacones .....	178
4.1.1.96 Grado de percibibilidad rosas .....	179
4.1.1.97 Grado de percibibilidad flores .....	180
4.1.1.98 Grado de percibibilidad chía .....	181
4.1.1.99 Grado de percibibilidad café .....	182
4.1.1.100 Grado de percibibilidad concentrado de maracuyá .....	183

4.1.1.101 Grado de perecibilidad tomate de riñón .....	184
4.1.1.102 Grado de perecibilidad mandarina .....	185
4.1.1.103 Grado de perecibilidad maracuyá.....	186
4.1.1.104 Grado de perecibilidad ají .....	187
4.1.1.105 Grado de perecibilidad harina de plátano.....	188
4.1.1.106 Grado de perecibilidad pimiento.....	189
4.1.1.107 Grado de perecibilidad soya.....	190
4.1.1.108 ¿Su empresa cuenta con un departamento de control de calidad? .....	191
4.1.1.109 Certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).....	192
4.1.1.110 Certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA).....	193
4.1.1.111 Certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas) .....	194
4.1.1.112 Certificación EUREPGAP (Euro – Retailer – Produce Working Group – Eurep).....	195
4.1.1.113 Certificación BCS (Orgánica).....	196
4.1.1.114 Certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade).....	197
4.1.1.115 Certificación SPP (Certificación de Comercio Justo para Pequeños Productores) .....	198
4.1.1.116 Certificación ISO 9001 .....	199
4.1.1.117 Certificación ISO2008 .....	200
4.1.1.118 Certificación USDA (United States Department Of Agriculture) ....	201
4.1.1.119 Certificación Sello Verde.....	202
4.1.1.120 Certificación PRIMUSLAB .....	203
4.1.1.121 Certificación OHSAS 18001.....	204
4.1.1.122 Certificación BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) .....	205
4.1.1.123 Certificación FSSC22000 (Food Safety Systems Certification - Seguridad Alimentaria .....	206



4.1.1.124	Certificación BASC (Business Alliance for Secure Commerce).....	207
4.1.1.125	Otras certificaciones.....	208
4.1.1.126	Ninguna certificación / No sabe.....	209
4.1.1.127	¿Cómo evaluaría la calidad de los productos de sus proveedores?....	210
4.1.1.128	En términos específicos (Tamaño).....	211
4.1.1.129	En términos específicos (grado de maduración).....	212
4.1.1.130	En términos específicos (daños físicos).....	213
4.1.1.131	¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a la producción propia?.....	214
4.1.1.132	¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a productores directos?.....	215
4.1.1.133	¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a comercializadores?.....	216
4.1.1.134	¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a centros de acopio?.....	217
4.1.1.135	¿Su empresa realiza capacitaciones constantes?.....	218
4.1.1.136	¿En qué medida invierte la empresa en el desarrollo y capacitación de los empleados?.....	219
4.1.1.137	¿En qué medida invierte el estado en el desarrollo y capacitación de los empleados?.....	221
4.1.1.138	¿Su empresa cuenta con el equipamiento necesario para la transformación de productos hortícolas/frutícolas?.....	222
4.1.1.139	¿Considera usted que la innovación, tecnología y desarrollo son elementos esenciales para las relaciones comerciales tanto nacionales como internacionales?.....	223
4.1.1.140	¿En qué medida las nuevas empresas con ideas innovadoras pueden crecer?.....	224

4.1.1.141	¿En qué medida las TIC'S permiten nuevos modelos de negocio? ...	225
4.1.1.142	¿En qué medida considera necesaria en su empresa la utilización de TIC's para realizar transacciones con otras empresas?.....	226
4.1.1.143	¿En qué se basa la ventaja competitiva de su empresa para introducirse en los mercados internacionales?.....	227
4.1.1.144	¿En qué medida tiene su empresa presencia en la cadena de valor?.	228
4.1.1.145	¿Su empresa cuanta con alianzas estratégicas?.....	229
4.1.1.146	Las alianzas estratégicas son:.....	230
4.1.1.147	¿Considera usted que las alianzas estratégicas influyen en la competitividad a nivel nacional e internacional? .....	231
4.1.1.148	¿En su actividad, considera que los encadenamientos productivos y clusters (grupo de empresas con la misma actividad) son una estrategia para fortalecer a las micro y pequeñas empresas? .....	232
4.1.1.149	¿Sus actuales canales de distribución garantizan la puntualidad en la entrega de los productos?.....	233
4.1.1.150	De acuerdo a la clase de producto seleccione cual es el que genera mayor ingreso por la actividad exportadora.....	234
4.1.1.150	¿Considera que su empresa está en capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a los pequeños productores de mancomunidades una vez que hayan cumplido con sus requerimientos? .....	235
4.1.1.151	Factores problema en la exportación 1.....	237
4.1.1.152	Factores problema en la exportación 2: .....	238
4.1.1.153	Factores problema en la exportación 3.....	240
4.1.1.154	Factores problema en la exportación 4.....	242
4.1.1.155	¿Utiliza El Incoterm Ex-Works - Fuera de Fábrica?.....	244

4.1.1.156	¿Utiliza el Incoterm FAS Free Along Side Ship (Franco al Costado Del Buque)? .....	245
4.1.1.157	¿Utiliza El Incoterm FOB - Free on Board? .....	246
4.1.1.158	¿Utiliza el Incoterm FCA - Free Carrier To? .....	247
4.1.1.159	¿Utiliza el Incoterm C&F Cost and Freight (Coste y Flete)?.....	248
4.1.1.160	¿Utiliza El Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight?.....	249
4.1.1.161	¿Utiliza el Incoterm CPT - Carriage Paid To (Transporte pagado hasta)? .....	250
4.1.1.162	¿Utiliza el Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid? .....	251
4.1.1.163	¿Utiliza el Incoterm DAT - Entregado en Terminal?.....	252
4.1.1.164	¿Utiliza El Incoterm DAP - Entregado en un punto?.....	253
4.1.1.165	¿Utiliza el Incoterm DDP - Entregada derechos pagados? .....	254
4.1.1.166	¿En qué medida los aranceles extranjeros afectan la comercialización de productos en mercados extranjeros? .....	255
4.1.1.167	¿Cuán fácil es obtener financiamiento para comercializar a un precio asequible?.....	256
4.1.1.168	Capacidad de exportar fréjol .....	257
4.1.1.169	Capacidad de exportar maíz .....	258
4.1.1.170	Capacidad de exportar papa .....	259
4.1.1.171	Capacidad de exportar tomate de riñón.....	260
4.1.1.172	Capacidad de exportar vainita .....	261
4.1.1.173	Capacidad de exportar pepinillo.....	262
4.1.1.174	Capacidad de exportar pimienta.....	263
4.1.1.175	Capacidad de exportar morochillo .....	264
4.1.1.176	Capacidad de exportar zanahoria amarilla .....	265
4.1.1.177	Capacidad de exportar zanahoria blanca.....	266

4.1.1.178	Capacidad de exportar hortalizas .....	267
4.1.1.179	Capacidad de exportar fréjol toa .....	268
4.1.1.180	Capacidad de exportar ají.....	269
4.1.1.181	Capacidad de exportar lechuga .....	270
4.1.1.182	Capacidad de exportar camote .....	271
4.1.1.183	Capacidad de exportar cebada.....	272
4.1.1.184	Capacidad de exportar habas.....	273
4.1.1.185	Capacidad de exportar alverja.....	274
4.1.1.186	Capacidad de exportar cebolla paiteña.....	275
4.1.1.187	Capacidad de exportar trigo .....	276
4.1.1.188	Capacidad de exportar zambo .....	277
4.1.1.189	Capacidad de exportar zapallo .....	278
4.1.1.190	Capacidad de exportar mandarina.....	279
4.1.1.191	Capacidad de exportar aguacate.....	280
4.1.1.192	Capacidad de exportar chirimoya.....	281
4.1.1.193	Capacidad de exportar limón .....	282
4.1.1.194	Capacidad de exportar naranja .....	283
4.1.1.195	Capacidad de exportar guayaba .....	284
4.1.1.196	Capacidad de exportar tomate de árbol.....	285
4.1.1.197	Capacidad de exportar lima.....	286
2.1.1.198	Capacidad de exportar babaco .....	287
4.1.1.199	Capacidad de exportar mora.....	288
4.1.1.200	Capacidad de exportar caña de azúcar .....	289
4.1.1.201	Capacidad de exportar naranjilla.....	290
4.1.1.202	Capacidad de exportar sábila .....	291

4.1.1.203 Capacidad de exportar café .....	292
4.1.1.204 Capacidad de exportar plátano .....	293
4.1.1.205 Capacidad de exportar yuca .....	294
4.1.1.206 ¿En qué época ha sido mejor exportar?.....	295
<b>4.1.2 Análisis Bivariado .....</b>	<b>296</b>
4.1.2.1 ¿Cuántos empleados tiene su empresa en el país que usted trabaja? * ¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa proviene de las exportaciones?.....	296
4.1.2.2 ¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa proviene de las exportaciones? * Productos que exporta .....	301
4.1.2.3 ¿Exporta fréjol? * Grado de percibibilidad fréjol.....	303
4.1.2.4 ¿Exporta aguacate? * Grado de percibibilidad aguacate .....	304
4.1.2.5 ¿Exporta tomate de árbol? * Grado de percibibilidad Tomate de árbol..	305
4.1.2.6 ¿Exporta cebolla? * Grado de percibibilidad cebolla.....	307
4.1.2.7 ¿Exporta café? * Grado de percibibilidad café.....	308
<b>4.1.3 Informe general .....</b>	<b>309</b>
4.1.3.1 Productos de exportación .....	309
4.1.3.2 Destino de las exportaciones .....	312
4.1.3.3 Cinco productos de mayor rotación (Ventas).....	314
4.1.3.4 Grado de percibibilidad de los productos de exportación .....	315
4.1.3.5 Problemas de exportación .....	317
4.1.3.6 Capacidad de exportar .....	319
<b>4.1.4 Variables que inciden en la actividad comercial .....</b>	<b>320</b>
4.1.4.1 Producto .....	320
4.1.4.2 Capacitación .....	321
4.1.4.3 Innovación, Tecnología y Desarrollo .....	322

4.1.4.4 Estrategias .....	322
4.1.4.5 Alianzas Estratégicas .....	322
4.1.4.6 Encadenamientos Productivos .....	323
4.1.4.7 Comercio Internacional e inversión .....	323
<b>4.1.5 Productos principales de la zona nor-central de la provincia de Pichincha..</b>	<b>325</b>
<b><i>Capítulo V: Propuesta</i>.....</b>	<b>327</b>
<b>5.1 Descripción de los canales de distribución.....</b>	<b>327</b>
<b>5.2 Mejora de los canales de distribución .....</b>	<b>328</b>
<b><i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>.....</b>	<b>329</b>
<b><i>Referencias</i> .....</b>	<b>333</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Objetivo 10 PNBV – Política – Lineamiento .....</i>	<i>6</i>
<i>Tabla 2 Valor Agregado Industria Agrícola trimestral 2000-2013.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 3 Oferta y utilización final.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 4 Tasas del Banco Central del Ecuador .....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 5 Plantaciones de palma africana y otros cultivos de semillas, frutas y nueces oleaginosas .....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 6 Plantaciones de café incluye escogida de café, destinado para la exportación .....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 7 Otros servicios relacionados con la agricultura.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 8 Evolución del Salario Básico desde la dolarización.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 9 Puntos Históricos - EMBI.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 10 Ecuador - Índice de Competitividad Global .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 11 Acuerdos Comerciales de Ecuador .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 12 Análisis Comparativo Competitividad.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 13 Matriz de planteamiento del cuestionario.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 14 ¿Exporta productos agrícolas o derivados?.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 15 Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 16 Cantón en el que se localiza el puesto de trabajo .....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 17 Ciudad en la que se localiza el puesto de trabajo.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 18 Número de empleados de la empresa.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 19 Porcentaje de los ingresos por las exportaciones .....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 20 Productos que exporta .....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 21 Tipo de registro de su empresa.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 22 Región en la que se ubican los proveedores de productos de exportación... </i>	<i>81</i>
<i>Tabla 23 Exportación de cebolla .....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 24 Exportación de sandía .....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 25 Exportación de arroz .....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 26 Exporta fréjol.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 27 Exportación de banano .....</i>	<i>87</i>

<i>Tabla 28 Exportación de fréjol gandul</i> .....	88
<i>Tabla 29 Exportación de aguacate</i> .....	89
<i>Tabla 30 Exportación de tomate de árbol</i> .....	90
<i>Tabla 31 Exportación de granadilla</i> .....	91
<i>Tabla 32 Exportación de uvilla</i> .....	92
<i>Tabla 33 Exportación de maíz</i> .....	93
<i>Tabla 34 Exportación de morochillo</i> .....	94
<i>Tabla 35 Exportación de panela</i> .....	95
<i>Tabla 36 Exportación de naranja</i> .....	96
<i>Tabla 37 Exportación de plátano verde</i> .....	97
<i>Tabla 38 Exportación de papa</i> .....	98
<i>Tabla 39 Exportación de zanahoria</i> .....	99
<i>Tabla 40 Exportación de malanga</i> .....	100
<i>Tabla 41 Exportación de yuca</i> .....	101
<i>Tabla 42 Exportación de limón</i> .....	102
<i>Tabla 43 Exportación de jengibre</i> .....	103
<i>Tabla 44 Exportación de brócoli</i> .....	104
<i>Tabla 45 Exportación de agroquímicos</i> .....	105
<i>Tabla 46 Exportación de espárragos</i> .....	106
<i>Tabla 47 Exportación de patacones</i> .....	107
<i>Tabla 48 Exportación de rosas</i> .....	108
<i>Tabla 49 Exportación de flores</i> .....	109
<i>Tabla 50 Exportación de chía</i> .....	110
<i>Tabla 51 Exportación de café</i> .....	111
<i>Tabla 52 Exportación concentrado de maracuyá</i> .....	112
<i>Tabla 53 Tomate de riñón</i> .....	113
<i>Tabla 54 Exportación de mandarina</i> .....	114
<i>Tabla 55 Exportación de maracuyá</i> .....	115
<i>Tabla 56 Exportación de ají</i> .....	116
<i>Tabla 57 Exportación harina de plátano</i> .....	117
<i>Tabla 58 Exportación de pimienta</i> .....	118



<i>Tabla 59 Exportación de soya.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 60 Exportaciones a Estados Unidos.....</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 61 Exportaciones a Centro América.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 62 Exportaciones a Colombia.....</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 63 Exportaciones a Alemania.....</i>	<i>123</i>
<i>Tabla 64 Exportaciones a Costa Rica.....</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 65 Exportaciones a España.....</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 66 Exportaciones a República Dominicana.....</i>	<i>126</i>
<i>Tabla 67 Exportaciones a Jamaica.....</i>	<i>127</i>
<i>Tabla 68 Exportaciones a Francia.....</i>	<i>128</i>
<i>Tabla 69 Exportaciones a Bélgica.....</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 70 Exportaciones a Italia.....</i>	<i>130</i>
<i>Tabla 71 Exportaciones a Venezuela.....</i>	<i>131</i>
<i>Tabla 72 Exportaciones a Haití.....</i>	<i>132</i>
<i>Tabla 73 Exportaciones a la Isla Guadalupe.....</i>	<i>133</i>
<i>Tabla 74 Exportaciones a Holanda.....</i>	<i>134</i>
<i>Tabla 75 Exportaciones al Reino Unido.....</i>	<i>135</i>
<i>Tabla 76 Exportaciones a Canadá.....</i>	<i>136</i>
<i>Tabla 77 Exportaciones a Japón.....</i>	<i>137</i>
<i>Tabla 78 Exportaciones a Perú.....</i>	<i>138</i>
<i>Tabla 79 Exportaciones a Europa.....</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 80 Exportaciones a Chile.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 81 Exportaciones a Rusia.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 82 Exportaciones a Inglaterra.....</i>	<i>142</i>
<i>Tabla 83 Exportaciones a Panamá.....</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 84 Exportaciones a Nicaragua.....</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 85 Exportaciones a Puerto Rico.....</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 86 Exportaciones a Argentina.....</i>	<i>146</i>
<i>Tabla 87 Exportaciones Australia.....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 88 Medios de transporte.....</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 89 Toma de decisiones.....</i>	<i>149</i>

<i>Tabla 90 Relación con los clientes internacionales</i> .....	150
<i>Tabla 91 Producto de mayor rotación (Ventas)</i> .....	151
<i>Tabla 92 Suficiente abastecimiento de productos</i> .....	153
<i>Tabla 93 Grado de perecibilidad cebolla</i> .....	154
<i>Tabla 94 Grado de perecibilidad sandía</i> .....	155
<i>Tabla 95 Grado de perecibilidad arroz</i> .....	156
<i>Tabla 96 Grado de perecibilidad fréjol</i> .....	157
<i>Tabla 97 Grado de perecibilidad banano</i> .....	158
<i>Tabla 98 Grado de perecibilidad fréjol gandul</i> .....	159
<i>Tabla 99 Grado de perecibilidad aguacate</i> .....	160
<i>Tabla 100 Grado de perecibilidad tomate de árbol</i> .....	161
<i>Tabla 101 Grado de perecibilidad granadilla</i> .....	162
<i>Tabla 102 Grado de perecibilidad uvilla</i> .....	163
<i>Tabla 103 Grado de perecibilidad maíz</i> .....	164
<i>Tabla 104 Grado de perecibilidad morochillo</i> .....	165
<i>Tabla 105 Grado de perecibilidad panela</i> .....	166
<i>Tabla 106 Grado de perecibilidad naranja</i> .....	167
<i>Tabla 107 Grado de perecibilidad plátano verde</i> .....	168
<i>Tabla 108 Grado de perecibilidad papa</i> .....	169
<i>Tabla 109 Grado de perecibilidad zanahoria</i> .....	170
<i>Tabla 110 Grado de perecibilidad malanga</i> .....	171
<i>Tabla 111 Grado de perecibilidad yuca</i> .....	172
<i>Tabla 112 Grado de perecibilidad limón</i> .....	173
<i>Tabla 113 Grado de perecibilidad jengibre</i> .....	174
<i>Tabla 114 Grado de perecibilidad brócoli</i> .....	175
<i>Tabla 115 Grado de perecibilidad agroquímicos</i> .....	176
<i>Tabla 116 Grado de perecibilidad espárragos</i> .....	177
<i>Tabla 117 Grado de perecibilidad patacones</i> .....	178
<i>Tabla 118 Grado de perecibilidad rosas</i> .....	179
<i>Tabla 119 Grado de perecibilidad flores</i> .....	180
<i>Tabla 120 Grado de perecibilidad chía</i> .....	181

<i>Tabla 121 Grado de percibibilidad café.....</i>	<i>182</i>
<i>Tabla 122 Grado de percibibilidad concentrado de maracuyá.....</i>	<i>183</i>
<i>Tabla 123 Grado de percibibilidad tomate de riñón.....</i>	<i>184</i>
<i>Tabla 124 Grado de percibibilidad mandarina .....</i>	<i>185</i>
<i>Tabla 125 Grado de percibibilidad maracuyá .....</i>	<i>186</i>
<i>Tabla 126 Grado de percibibilidad ají .....</i>	<i>187</i>
<i>Tabla 127 Grado de percibibilidad harina de plátano .....</i>	<i>188</i>
<i>Tabla 128 Grado de percibibilidad pimienta .....</i>	<i>189</i>
<i>Tabla 129 Grado de percibibilidad soya .....</i>	<i>190</i>
<i>Tabla 130 Departamento de control de calidad .....</i>	<i>191</i>
<i>Tabla 131 Certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).....</i>	<i>192</i>
<i>Tabla 132 Certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA).....</i>	<i>193</i>
<i>Tabla 133 Certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas).....</i>	<i>194</i>
<i>Tabla 134 Certificación EUREPGAP .....</i>	<i>195</i>
<i>Tabla 135 Certificación BCS (Orgánica).....</i>	<i>196</i>
<i>Tabla 136 Certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade) .....</i>	<i>197</i>
<i>Tabla 137 Certificación SPP .....</i>	<i>198</i>
<i>Tabla 138 Certificación ISO 9001 .....</i>	<i>199</i>
<i>Tabla 139 Certificación ISO2008.....</i>	<i>200</i>
<i>Tabla 140 Certificación USDA.....</i>	<i>201</i>
<i>Tabla 141 Certificación Sello Verde.....</i>	<i>202</i>
<i>Tabla 142 Certificación PRIMUSLAB .....</i>	<i>203</i>
<i>Tabla 143 Certificación OHSAS 18001 .....</i>	<i>204</i>
<i>Tabla 144 Certificación BPM.....</i>	<i>205</i>
<i>Tabla 145 Certificación FSSC22000.....</i>	<i>206</i>
<i>Tabla 146 Certificación BASC .....</i>	<i>207</i>
<i>Tabla 147 Otras certificaciones .....</i>	<i>208</i>
<i>Tabla 148 Ninguna certificación.....</i>	<i>209</i>
<i>Tabla 149 Calidad de los productos de proveedores .....</i>	<i>210</i>
<i>Tabla 150 Términos específicos (Tamaño) .....</i>	<i>211</i>
<i>Tabla 151 Términos específicos (grado de maduración).....</i>	<i>212</i>

<i>Tabla 152 Términos específicos (daños físicos)</i> .....	213
<i>Tabla 153 Abastecimiento con producción propia</i> .....	214
<i>Tabla 154 Abastecimiento con productores directos</i> .....	215
<i>Tabla 155 Abastecimiento por comercializadores</i> .....	216
<i>Tabla 156 Abastecimiento por centros de acopio</i> .....	217
<i>Tabla 157 Capacitaciones constantes</i> .....	218
<i>Tabla 158 Inversión de la empresa en desarrollo y capacitación</i> .....	219
<i>Tabla 159 Inversión del estado en desarrollo y capacitación</i> .....	221
<i>Tabla 160 Transformación de productos hortícolas / frutícolas</i> .....	222
<i>Tabla 161 I,T&amp;D elementos de las relaciones comerciales</i> .....	223
<i>Tabla 162 Crecimiento de empresas innovadoras</i> .....	224
<i>Tabla 163 TIC's y nuevos modelos de negocio</i> .....	225
<i>Tabla 164 TIC's para transacciones empresariales</i> .....	226
<i>Tabla 165 Ventaja competitiva</i> .....	227
<i>Tabla 166 Presencia en la cadena de valor</i> .....	228
<i>Tabla 167 Alianzas estratégicas</i> .....	229
<i>Tabla 168 Tipo de alianza estratégica</i> .....	230
<i>Tabla 169 Influencia de las alianzas estratégicas</i> .....	231
<i>Tabla 170 Encadenamiento como estrategia de fortalecimiento</i> .....	232
<i>Tabla 171 Puntualidad de los canales de distribución</i> .....	233
<i>Tabla 172 Tipo de producto de mayor ingreso</i> .....	234
<i>Tabla 173 Capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a mancomunidades</i> .....	235
<i>Tabla 174 Factor problema en la exportación #1</i> .....	237
<i>Tabla 175 Factor problema en la exportación #2</i> .....	238
<i>Tabla 176 Factor problema en la exportación #3</i> .....	240
<i>Tabla 177 Factor problema en la exportación #4</i> .....	242
<i>Tabla 178 Incoterm Ex-Works</i> .....	244
<i>Tabla 179 Incoterm FAS Free - Along Side Ship</i> .....	245
<i>Tabla 180 Incoterm FOB - Free on Board</i> .....	246
<i>Tabla 181 Incoterm FCA - Free Carrier To</i> .....	247

<i>Tabla 182 Incoterm C&amp;F Cost and Freight</i> .....	248
<i>Tabla 183 Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight</i> .....	249
<i>Tabla 184 Incoterm CPT - Carriage Paid To</i> .....	250
<i>Tabla 185 Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid</i> .....	251
<i>Tabla 186 Incoterm DAT - Entregado en Terminal</i> .....	252
<i>Tabla 187 Incoterm DAP - Entregado en un punto</i> .....	253
<i>Tabla 188 Incoterm DDP - Entregada derechos pagados</i> .....	254
<i>Tabla 189 Afectan los aranceles extranjeros</i> .....	255
<i>Tabla 190 Obtención de financiamiento</i> .....	256
<i>Tabla 191 Capacidad de exportar fréjol</i> .....	257
<i>Tabla 192 Capacidad de exportar maíz</i> .....	258
<i>Tabla 193 Capacidad de exportar papa</i> .....	259
<i>Tabla 194 Capacidad de exportar tomate de riñón</i> .....	260
<i>Tabla 195 Capacidad de exportar vainita</i> .....	261
<i>Tabla 196 Capacidad de exportar pepinillo</i> .....	262
<i>Tabla 197 Tabla x Capacidad de exportar pimienta</i> .....	263
<i>Tabla 198 Capacidad de exportar morochillo</i> .....	264
<i>Tabla 199 Capacidad de exportar zanahoria amarilla</i> .....	265
<i>Tabla 200 Capacidad de exportar zanahoria blanca</i> .....	266
<i>Tabla 201 Capacidad de exportar hortalizas</i> .....	267
<i>Tabla 202 Capacidad de exportar fréjol toa</i> .....	268
<i>Tabla 203 Capacidad de exportar ají</i> .....	269
<i>Tabla 204 Capacidad de exportar lechuga</i> .....	270
<i>Tabla 205 Capacidad de exportar camote</i> .....	271
<i>Tabla 206 Capacidad de exportar cebada</i> .....	272
<i>Tabla 207 Capacidad de exportar habas</i> .....	273
<i>Tabla 208 Capacidad de exportar alverja</i> .....	274
<i>Tabla 209 Capacidad de exportar cebolla paiteña</i> .....	275
<i>Tabla 210 Capacidad de exportar trigo</i> .....	276
<i>Tabla 211 Capacidad de exportar zambo</i> .....	277
<i>Tabla 212 Capacidad de exportar zapallo</i> .....	278

<i>Tabla 213 Capacidad de exportar mandarina.....</i>	<i>279</i>
<i>Tabla 214 Capacidad de exportar aguacate .....</i>	<i>280</i>
<i>Tabla 215 Capacidad de exportar chirimoya .....</i>	<i>281</i>
<i>Tabla 216 Capacidad de exportar limón .....</i>	<i>282</i>
<i>Tabla 217 Capacidad de exportar naranja.....</i>	<i>283</i>
<i>Tabla 218 Capacidad de exportar guayaba.....</i>	<i>284</i>
<i>Tabla 219 Capacidad de exportar tomate de árbol .....</i>	<i>285</i>
<i>Tabla 220 Capacidad de exportar lima.....</i>	<i>286</i>
<i>Tabla 221 Capacidad de exportar babaco .....</i>	<i>287</i>
<i>Tabla 222 Capacidad de exportar mora .....</i>	<i>288</i>
<i>Tabla 223 Capacidad de exportar caña de azúcar .....</i>	<i>289</i>
<i>Tabla 224 Capacidad de exportar naranjilla .....</i>	<i>290</i>
<i>Tabla 225 Capacidad de exportar sábila .....</i>	<i>291</i>
<i>Tabla 226 Capacidad de exportar café .....</i>	<i>292</i>
<i>Tabla 227 Capacidad de exportar plátano .....</i>	<i>293</i>
<i>Tabla 228 Capacidad de exportar yuca .....</i>	<i>294</i>
<i>Tabla 229 Mejor época de exportación .....</i>	<i>295</i>
<i>Tabla 230 Correlación empleados - Ingresos .....</i>	<i>296</i>
<i>Tabla 231 Correlación Ingresos – Productos de exportación .....</i>	<i>301</i>
<i>Tabla 232 Correlación fréjol – Grado de percibibilidad fréjol .....</i>	<i>303</i>
<i>Tabla 233 Correlación aguacate – Grado de percibibilidad aguacate .....</i>	<i>304</i>
<i>Tabla 234 Correlación tomate de árbol – Grado de percibibilidad tomate de árbol... ..</i>	<i>305</i>
<i>Tabla 235 Correlación cebolla – Grado de percibibilidad cebolla .....</i>	<i>307</i>
<i>Tabla 236 Correlación café – Grado de percibibilidad café .....</i>	<i>308</i>
<i>Tabla 237 Productos de exportación .....</i>	<i>309</i>
<i>Tabla 238 Principales destinos de las exportaciones.....</i>	<i>312</i>
<i>Tabla 239 Cinco productos de mayor rotación (Ventas) .....</i>	<i>314</i>
<i>Tabla 240 Productos y grados de percibibilidad.....</i>	<i>315</i>
<i>Tabla 241 Problemas de exportación .....</i>	<i>317</i>
<i>Tabla 242 Capacidad de exportar.....</i>	<i>319</i>
<i>Tabla 243 Producción de cultivos permanentes .....</i>	<i>325</i>

<i>Tabla 244 Producción de cultivos transitorios – ciclo corto .....</i>	<i>326</i>
--	------------

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> <i>Árbol de problemas – Deficiente relación comercial entre los pequeños productores de la zona nor-central de la provincia de Pichincha y las empresas agroexportadoras .....</i>	2
<i>Figura 2</i> <i>Exportaciones no petroleras principales grupos de productos %Participación. Ene-Oct 2014 .....</i>	3
<i>Figura 3</i> <i>Balanza Comercial Petrolera y no Petrolera – Millones USD FOB Ene-Oct 2014.....</i>	4
<i>Figura 4</i> <i>PIB por actividad económica 2013 .....</i>	5
<i>Figura 5</i> <i>Cifras provisionales 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 acumulado a Febrero .....</i>	10
<i>Figura 6</i> <i>Regímenes de acumulación, modelos de Estado y principales gobiernos ....</i>	16
<i>Figura 7</i> <i>Crecimiento del PIB, Resultados fiscales y Precio unitario del petróleo exportado 1990-2009.....</i>	17
<i>Figura 8</i> <i>Producto Interno Bruto – Tasas de Variación 1966 – 2012 .....</i>	18
<i>Figura 9</i> <i>Valor Agregado Bruto % de Contribución al PIB – Promedio 2007-2012....</i>	22
<i>Figura 10</i> <i>Evolución de la Deuda Externa Pública y Privada (porcentajes del PIB, 1990-2012).....</i>	23
<i>Figura 11</i> <i>Evolución de la Inflación Anual en América del Sur (Porcentajes, 1990-2012) .....</i>	23
<i>Figura 12</i> <i>Inflación Urbana .....</i>	24
<i>Figura 13</i> <i>Tasas de interés activas cargos asociados y otros servicios por tipo de crédito .....</i>	26
<i>Figura 14</i> <i>Evolución del Salario Básico .....</i>	30
<i>Figura 15</i> <i>Riesgo País - EMBI .....</i>	31
<i>Figura 16</i> <i>Precio del dólar en euros / Febrero-Marzo 2015 .....</i>	32



<i>Figura 17 Historial diario del tipo de cambio de dólar a peso colombiano</i> .....	32
<i>Figura 18 Historial diario del tipo de cambio de dólar a sol peruano</i> .....	33
<i>Figura 19 Historial diario del tipo de cambio de dólar a sol peruano</i> .....	34
<i>Figura 20 Factores que afectan la competitividad</i> .....	42
<i>Figura 21 Algunos elementos a medir de la Competitividad</i> .....	43
<i>Figura 22 Porcentaje de empresas o personas exportadoras de productos agrícolas</i> . 70	
<i>Figura 23 Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo</i> .....	72
<i>Figura 24 Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo</i> .....	73
<i>Figura 25 Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo</i> .....	75
<i>Figura 26 Número de empleados de la empresa</i> .....	76
<i>Figura 27 Porcentaje de los ingresos por las exportaciones</i> .....	78
<i>Figura 28 Productos que exporta</i> .....	79
<i>Figura 29 Tipo de registro de su empresa</i> .....	80
<i>Figura 30 Región en la que se ubican los proveedores de productos de exportación</i> . 82	
<i>Figura 31 Exportación de cebolla</i> .....	83
<i>Figura 32 Exportación de sandía</i> .....	84
<i>Figura 33 Exportación de arroz</i> .....	85
<i>Figura 34 Exportación de arroz</i> .....	86
<i>Figura 35 Exportación de banano</i> .....	87
<i>Figura 36 Exportación de fréjol gandul</i> .....	88
<i>Figura 37 Exportación de aguacate</i> .....	89
<i>Figura 38 Exportación tomate de árbol</i> .....	90
<i>Figura 39 Exportación de granadilla</i> .....	91
<i>Figura 40 Exportación de uvilla</i> .....	92
<i>Figura 41 Exportación de maíz</i> .....	93
<i>Figura 42 Exportación de morochillo</i> .....	94
<i>Figura 43 Exportación de panela</i> .....	95
<i>Figura 44 Exportación de naranja</i> .....	96
<i>Figura 45 Exportación de plátano verde</i> .....	97
<i>Figura 46 Exportación de papa</i> .....	98
<i>Figura 47 Exportación de zanahoria</i> .....	99

<i>Figura 48 Exportación de malanga .....</i>	<i>100</i>
<i>Figura 49 Exportación de yuca .....</i>	<i>101</i>
<i>Figura 50 Exportación de limón .....</i>	<i>102</i>
<i>Figura 51 Exportación de jengibre .....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 52 Exportación de brócoli .....</i>	<i>104</i>
<i>Figura 53 Exportación de agroquímicos .....</i>	<i>105</i>
<i>Figura 54 Exportación de espárragos .....</i>	<i>106</i>
<i>Figura 55 Exportación de patacones .....</i>	<i>107</i>
<i>Figura 56 Exportación de rosas .....</i>	<i>108</i>
<i>Figura 57 Exportación de flores.....</i>	<i>109</i>
<i>Figura 58 Exportación de chía.....</i>	<i>110</i>
<i>Figura 59 Exportación de café .....</i>	<i>111</i>
<i>Figura 60 Exportación concentrado de maracuyá.....</i>	<i>112</i>
<i>Figura 61 Exportación tomate de riñón.....</i>	<i>113</i>
<i>Figura 62 Exportación de mandarina.....</i>	<i>114</i>
<i>Figura 63 Exportación de maracuyá .....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 64 Exportación de ají.....</i>	<i>116</i>
<i>Figura 65 Exportación harina de plátano .....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 66 Exportación pimienta .....</i>	<i>118</i>
<i>Figura 67 Exportación de soya.....</i>	<i>119</i>
<i>Figura 68 Exportaciones a Estados Unidos.....</i>	<i>120</i>
<i>Figura 69 Exportaciones a Centro América.....</i>	<i>121</i>
<i>Figura 70 Exportaciones a Colombia .....</i>	<i>122</i>
<i>Figura 71 Exportaciones a Alemania .....</i>	<i>123</i>
<i>Figura 72 Exportaciones a Costa Rica .....</i>	<i>124</i>
<i>Figura 73 Exportaciones a España.....</i>	<i>125</i>
<i>Figura 74 Exportaciones a República Dominicana .....</i>	<i>126</i>
<i>Figura 75 Exportaciones a República Dominicana .....</i>	<i>127</i>
<i>Figura 76 Exportaciones a Francia .....</i>	<i>128</i>
<i>Figura 77 Exportaciones a Bélgica.....</i>	<i>129</i>
<i>Figura 78 Exportaciones a Italia .....</i>	<i>130</i>

<i>Figura 79 Exportaciones a Venezuela .....</i>	<i>131</i>
<i>Figura 80 Exportaciones a Haití.....</i>	<i>132</i>
<i>Figura 81 Exportaciones a la Isla Guadalupe.....</i>	<i>133</i>
<i>Figura 82 Exportaciones a Holanda.....</i>	<i>134</i>
<i>Figura 83 Exportaciones al Reino Unido .....</i>	<i>135</i>
<i>Figura 84 Exportaciones a Canadá .....</i>	<i>136</i>
<i>Figura 85 Exportaciones a Japón .....</i>	<i>137</i>
<i>Figura 86 Exportaciones a Perú .....</i>	<i>138</i>
<i>Figura 87 Exportaciones a Europa.....</i>	<i>139</i>
<i>Figura 88 Exportaciones a Chile .....</i>	<i>140</i>
<i>Figura 89 Exportaciones a Rusia.....</i>	<i>141</i>
<i>Figura 90 Exportaciones a Inglaterra .....</i>	<i>142</i>
<i>Figura 91 Exportaciones a Panamá.....</i>	<i>143</i>
<i>Figura 92 Exportaciones a Nicaragua.....</i>	<i>144</i>
<i>Figura 93 Exportaciones a Puerto Rico.....</i>	<i>145</i>
<i>Figura 94 Exportaciones a Argentina.....</i>	<i>146</i>
<i>Figura 95 Exportaciones a Australia .....</i>	<i>147</i>
<i>Figura 96 Medios de transporte .....</i>	<i>148</i>
<i>Figura 97 Toma de decisiones .....</i>	<i>149</i>
<i>Figura 98 Relación con los clientes internacionales.....</i>	<i>150</i>
<i>Figura 99 Producto de mayor rotación (Ventas).....</i>	<i>152</i>
<i>Figura 100 Suficiente abastecimiento de productos.....</i>	<i>153</i>
<i>Figura 101 Grado de perecibilidad cebolla.....</i>	<i>154</i>
<i>Figura 102 Grado de perecibilidad sandía.....</i>	<i>155</i>
<i>Figura 103 Grado de perecibilidad arroz.....</i>	<i>156</i>
<i>Figura 104 Grado de perecibilidad fréjol.....</i>	<i>157</i>
<i>Figura 105 Grado de perecibilidad banano .....</i>	<i>158</i>
<i>Figura 106 Grado de perecibilidad fréjol gandul .....</i>	<i>159</i>
<i>Figura 107 Grado de perecibilidad aguacate.....</i>	<i>160</i>
<i>Figura 108 Grado de perecibilidad tomate de árbol.....</i>	<i>161</i>
<i>Figura 109 Grado de perecibilidad granadilla .....</i>	<i>162</i>

<i>Figura 110 Grado de perecibilidad uvilla .....</i>	<i>163</i>
<i>Figura 111 Grado de perecibilidad maíz.....</i>	<i>164</i>
<i>Figura 112 Grado de perecibilidad morochillo.....</i>	<i>165</i>
<i>Figura 113 Grado de perecibilidad panela .....</i>	<i>166</i>
<i>Figura 114 Grado de perecibilidad naranja .....</i>	<i>167</i>
<i>Figura 115 Grado de perecibilidad plátano verde .....</i>	<i>168</i>
<i>Figura 116 Grado de perecibilidad papa.....</i>	<i>169</i>
<i>Figura 117 Grado de perecibilidad zanahoria.....</i>	<i>170</i>
<i>Figura 118 Grado de perecibilidad malanga .....</i>	<i>171</i>
<i>Figura 119 Grado de perecibilidad yuca.....</i>	<i>172</i>
<i>Figura 120 Grado de perecibilidad limón .....</i>	<i>173</i>
<i>Figura 121 Grado de perecibilidad jengibre .....</i>	<i>174</i>
<i>Figura 122 Grado de perecibilidad brócoli.....</i>	<i>175</i>
<i>Figura 123 Grado de perecibilidad agroquímicos .....</i>	<i>176</i>
<i>Figura 124 Grado de perecibilidad espárragos.....</i>	<i>177</i>
<i>Figura 125 Grado de perecibilidad patacones .....</i>	<i>178</i>
<i>Figura 126 Grado de perecibilidad rosas .....</i>	<i>179</i>
<i>Figura 127 Grado de perecibilidad flores .....</i>	<i>180</i>
<i>Figura 128 Grado de perecibilidad chía .....</i>	<i>181</i>
<i>Figura 129 Grado de perecibilidad café.....</i>	<i>182</i>
<i>Figura 130 Grado de perecibilidad concentrado de maracuyá.....</i>	<i>183</i>
<i>Figura 131 Grado de perecibilidad tomate de riñón.....</i>	<i>184</i>
<i>Figura 132 Grado de perecibilidad mandarina .....</i>	<i>185</i>
<i>Figura 133 Grado de perecibilidad maracuyá.....</i>	<i>186</i>
<i>Figura 134 Grado de perecibilidad ají .....</i>	<i>187</i>
<i>Figura 135 Grado de perecibilidad harina de plátano .....</i>	<i>188</i>
<i>Figura 136 Grado de perecibilidad pimienta .....</i>	<i>189</i>
<i>Figura 137 Grado de perecibilidad soya .....</i>	<i>190</i>
<i>Figura 138 Departamento de control de calidad .....</i>	<i>191</i>
<i>Figura 139 Certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).....</i>	<i>192</i>
<i>Figura 140 Certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA).....</i>	<i>193</i>

<i>Figura 141 Certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas)</i> .....	194
<i>Figura 142 Certificación EUREPGAP</i> .....	195
<i>Figura 143 Certificación BCS (Orgánica)</i> .....	196
<i>Figura 144 Certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade)</i> .....	197
<i>Figura 145 Certificación SPP</i> .....	198
<i>Figura 146 Certificación ISO 9001</i> .....	199
<i>Figura 147 Certificación ISO 2008</i> .....	200
<i>Figura 148 Certificación USDA</i> .....	201
<i>Figura 149 Certificación Sello Verde</i> .....	202
<i>Figura 150 Certificación PRIMUSLAB</i> .....	203
<i>Figura 151 Certificación OHSAS 18001</i> .....	204
<i>Figura 152 Certificación BPM</i> .....	205
<i>Figura 153 Certificación FSSC22000</i> .....	206
<i>Figura 154 Certificación BASC</i> .....	207
<i>Figura 155 Otras certificaciones</i> .....	208
<i>Figura 156 Ninguna certificación</i> .....	209
<i>Figura 157 Calidad de los productos de proveedores</i> .....	210
<i>Figura 158 Términos específicos (Tamaño)</i> .....	211
<i>Figura 159 Términos específicos (grado de maduración)</i> .....	212
<i>Figura 160 Términos específicos (daños físicos)</i> .....	213
<i>Figura 161 Abastecimiento con producción propia</i> .....	215
<i>Figura 162 Abastecimiento con productores directos</i> .....	216
<i>Figura 163 Abastecimiento por comercializadores</i> .....	217
<i>Figura 164 Abastecimiento por centros de acopio</i> .....	218
<i>Figura 165 Capacitaciones constantes</i> .....	219
<i>Figura 166 Inversión de la empresa en desarrollo y capacitación</i> .....	220
<i>Figura 167 Inversión del estado en desarrollo y capacitación</i> .....	221
<i>Figura 168 Transformación de productos hortícolas / frutícolas</i> .....	222
<i>Figura 169 I,T&amp;D elementos de las relaciones comerciales</i> .....	223
<i>Figura 170 Crecimiento de empresas innovadoras</i> .....	224
<i>Figura 171 TIC's y nuevos modelos de negocio</i> .....	225

<i>Figura 172 TIC's para transacciones empresariales .....</i>	<i>226</i>
<i>Figura 173 Ventaja competitiva .....</i>	<i>227</i>
<i>Figura 174 Presencia en la cadena de valor .....</i>	<i>229</i>
<i>Figura 175 Alianzas estratégicas.....</i>	<i>230</i>
<i>Figura 176 Tipo de alianza estratégica .....</i>	<i>231</i>
<i>Figura 177 Influencia de las alianzas estratégicas .....</i>	<i>232</i>
<i>Figura 178 Encadenamiento como estrategia de fortalecimiento .....</i>	<i>233</i>
<i>Figura 179 Puntualidad de los canales de distribución .....</i>	<i>234</i>
<i>Figura 180 Tipo de producto de mayor ingreso.....</i>	<i>235</i>
<i>Figura 181 Capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a mancomunidades.....</i>	<i>236</i>
<i>Figura 182 Factor problema en la exportación #1.....</i>	<i>237</i>
<i>Figura 183 Factor problema en la exportación #2.....</i>	<i>239</i>
<i>Figura 184 Factor problema en la exportación #3.....</i>	<i>240</i>
<i>Figura 185 Factor problema en la exportación #4.....</i>	<i>243</i>
<i>Figura 186 Incoterm Ex-Works .....</i>	<i>244</i>
<i>Figura 187 Incoterm FAS Free - Along Side Ship.....</i>	<i>245</i>
<i>Figura 188 Incoterm FOB - Free on Board .....</i>	<i>246</i>
<i>Figura 189 Incoterm FCA - Free Carrier To .....</i>	<i>247</i>
<i>Figura 190 Incoterm C&amp;F Cost and Freight.....</i>	<i>248</i>
<i>Figura 191 Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight .....</i>	<i>249</i>
<i>Figura 192 Incoterm CPT - Carriage Paid To .....</i>	<i>250</i>
<i>Figura 193 Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid.....</i>	<i>251</i>
<i>Figura 194 Incoterm DAT - Entregado en Terminal.....</i>	<i>252</i>
<i>Figura 195 Incoterm DAP - Entregado en un punto .....</i>	<i>253</i>
<i>Figura 196 Incoterm DDP - Entregada derechos pagados .....</i>	<i>254</i>
<i>Figura 197 Afectan los aranceles extranjeros .....</i>	<i>255</i>
<i>Figura 198 Obtención de financiamiento .....</i>	<i>256</i>
<i>Figura 199 Capacidad de exportar fréjol.....</i>	<i>257</i>
<i>Figura 200 Capacidad de exportar maíz.....</i>	<i>258</i>
<i>Figura 201 Capacidad de exportar papa.....</i>	<i>259</i>

<i>Figura 202 Capacidad de exportar tomate de riñón</i> .....	260
<i>Figura 203 Capacidad de exportar vainita</i> .....	261
<i>Figura 204 Capacidad de exportar pepinillo</i> .....	262
<i>Figura 205 Capacidad de exportar pimiento</i> .....	263
<i>Figura 206 Capacidad de exportar morochillo</i> .....	264
<i>Figura 207 Capacidad de exportar zanahoria amarilla</i> .....	265
<i>Figura 208 Capacidad de exportar zanahoria blanca</i> .....	266
<i>Figura 209 Capacidad de exportar hortalizas</i> .....	267
<i>Figura 210 Capacidad de exportar fréjol toa</i> .....	268
<i>Figura 211 Capacidad de exportar ají</i> .....	269
<i>Figura 212 Capacidad de exportar lechuga</i> .....	270
<i>Figura 213 Capacidad de exportar camote</i> .....	271
<i>Figura 214 Capacidad de exportar cebada</i> .....	272
<i>Figura 215 Capacidad de exportar habas</i> .....	273
<i>Figura 216 Capacidad de exportar alverja</i> .....	274
<i>Figura 217 Capacidad de exportar cebolla paitaña</i> .....	275
<i>Figura 218 Capacidad de exportar trigo</i> .....	276
<i>Figura 219 Capacidad de exportar zambo</i> .....	277
<i>Figura 220 Capacidad de exportar zapallo</i> .....	278
<i>Figura 221 Capacidad de exportar mandarina</i> .....	279
<i>Figura 222 Capacidad de exportar aguacate</i> .....	280
<i>Figura 223 Capacidad de exportar chirimoya</i> .....	281
<i>Figura 224 Capacidad de exportar limón</i> .....	282
<i>Figura 225 Capacidad de exportar naranja</i> .....	283
<i>Figura 226 Capacidad de exportar guayaba</i> .....	284
<i>Figura 227 Capacidad de exportar tomate de árbol</i> .....	285
<i>Figura 228 Capacidad de exportar lima</i> .....	286
<i>Figura 229 Capacidad de exportar babaco</i> .....	287
<i>Figura 230 Capacidad de exportar mora</i> .....	288
<i>Figura 231 Capacidad de exportar caña de azúcar</i> .....	289
<i>Figura 232 Capacidad de exportar naranjilla</i> .....	290

<i>Figura 233 Capacidad de exportar sábila</i> .....	291
<i>Figura 234 Capacidad de exportar café</i> .....	292
<i>Figura 235 Capacidad de exportar plátano</i> .....	293
<i>Figura 236 Capacidad de exportar yuca</i> .....	294
<i>Figura 237 Mejor época de exportación</i> .....	295
<i>Figura 238 Correlación empleados - Ingresos</i> .....	300
<i>Figura 239 Correlación Ingresos – Productos de exportación</i> .....	302
<i>Figura 240 Productos de exportación</i> .....	310
<i>Figura 241 Principales destinos de las exportaciones</i> .....	313
<i>Figura 242 Cinco productos de mayor rotación (Ventas)</i> .....	315
<i>Figura 243 Canales de Distribución</i> .....	327
<i>Figura 244 Mejora de los canales de Distribución</i> .....	328



## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación propone un modelo de integración vertical hacia atrás, en el que los partícipes son los agroexportadores y los pequeños productores de la zona Nor-central de la provincia de Pichincha; para lo cual se investigaron las variables que intervienen en la actividad comercial de estos entes. Para poder determinar las variables fue necesario recurrir a estudios similares en otros contextos, tomando como modelo la medición de la competitividad empresarial y el informe de competitividad global del Foro Económico Mundial que contiene la encuesta de opinión a ejecutivos.

El desarrollo de la investigación surge por la deficiente relación comercial que tiene los agroexportadores y los pequeños productores de la zona nor-central, a causa de problemas como la presencia de intermediarios, la ausencia de población económicamente activa que trabaje la tierra, la presencia de plagas, la falta de consecución de economías a escala que generen volumen comercializable y sobre todo el desconocimiento del mercado externo.

Para lograr el encadenamiento se propone una mejora en los canales de distribución aumentando la participación de los pequeños productores a través de la reducción de los integrantes de los canales de distribución.

### **PALABRAS CLAVE**

Agroexportadores

Pequeños productores

Competitividad

Encadenamiento productivo

Canales de distribución

## **ABSTRACT**

This research project proposes a model of backward vertical integration, in which the participants are agricultural exporters and small producers in the north-central area of the province of Pichincha; for which the variables involved in the business of these entities were investigated. To determine the variables was no need for similar studies in other contexts, modeled measuring business competitiveness and global competitiveness report of the World Economic Forum Contains the executive opinion survey.

The development of research arises from the trading relationship has poor agricultural exporters and small producers in the north-central area, because of problems such as the presence of intermediaries, the lack of economically active population working the land, the presence of pests, lack of achievement of economies of scale to generate merchantable volume and especially the lack of foreign markets.

To achieve an improvement chain proposed in distribution channels to increase the participation of small farmers through the reduction of the members of the distribution channels.

### **KEY TERMS**

Agroexporters

Small Producers

Competitiveness

Production Chain

Distribution Channels

## **Capítulo I: Introductorio**

### **1.1 Introducción**

Un tema de actualidad es el cambio de la matriz productiva, para lo cual el gobierno de la Revolución Ciudadana ha elaborado diferentes proyectos que brindan oportunidades a ciertos sectores económicos. Lo que se pretende es que la balanza comercial favorezca a las exportaciones que realice el Ecuador ya sean tradicionales y no tradicionales y que no sea más un país exportador de materia prima para luego importar bienes terminados a un precio mayor.

El presente proyecto de investigación hace énfasis a dos partes fundamentales que son los agroexportadores frutícolas/hortícolas de todo el país y a los pequeños productores de la zona nor-central de la provincia de Pichincha, específicamente las parroquias: Atahualpa, Chavezpamba, Perucho, Puéllaro y San José de Minas.

El análisis de las variables que intervienen en la actividad comercial, de los agroexportadores con los pequeños productores de la mancomunidad dará la pauta en cuanto a los requerimientos de los agroexportadores, para que en el transcurso del tiempo sean capaces de enlazarlos a la cadena productiva.

El tipo de investigación utilizada es cualitativa exploratoria para lo cual se utiliza la técnica Delphi en la recolección de datos, esta técnica nos permite realizar encuestas de opinión ejecutiva a las empresas agroexportadoras en un número no mayor a 30, para la investigación se tomaron 35 tomando en consideración de que no es necesario que los participantes se encuentren de forma física. La encuesta es una adaptación del WEF (The World Economic Forum - Foro Económico Mundial).

Para finalizar se realizará un plan para la mancomunidad en donde se establecerá la situación actual de su producción y el cambio que se va a generar para mejorar su distribución.

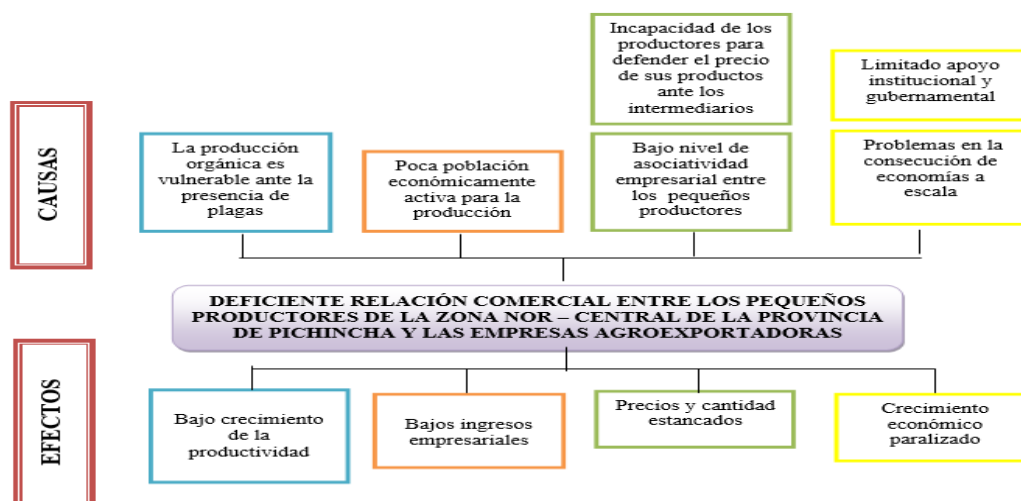
## 1.2 Planteamiento del problema

### 1.2.1. Identificación del problema

Para el planteamiento del problema se utilizará el árbol de problemas, en el cual se segregan las causas y los efectos. Para el Presente proyecto de investigación el problema se encuentra en la deficiente relación comercial entre los pequeños productores y las empresas agroexportadoras, otros sectores como el ganadero si tienen inserción aunque no es significativa.

### 1.2.2. Descripción del problema

La Deficiente relación comercial entre los pequeños productores de la zona nor – central de la provincia de Pichincha y las empresas agroexportadoras es el problema que se va a desarrollar ya que hay productos ricos en vitaminas y que pueden tener potencialidad en otros mercados. Los pequeños productores por lo general son familias que carecen de contactos y conocimientos externos para comercializar sus productos a empresas agroexportadoras que al adquirir estos productos podrían mejorar la calidad de vida de las personas.



*Figura 1* Árbol de problemas – Deficiente relación comercial entre los pequeños productores de la zona nor-central de la provincia de Pichincha y las empresas agroexportadoras

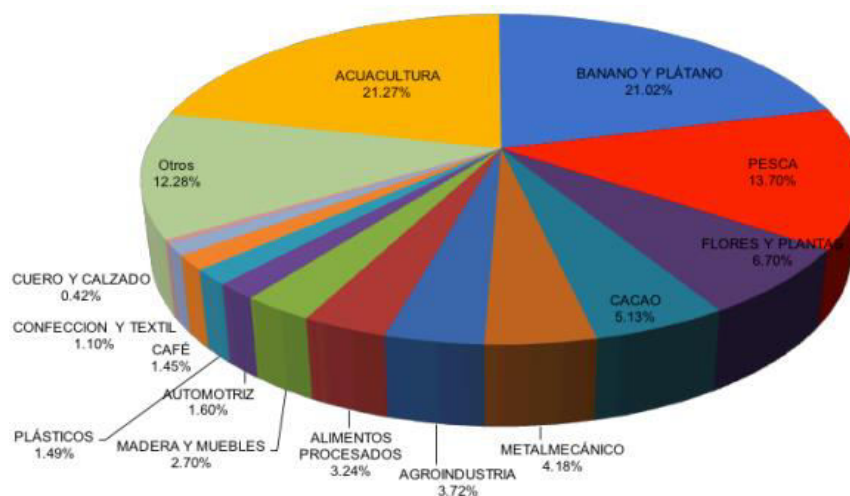
Fuente: (Perucho, 2012)

### 1.2.3. Justificación de la selección del problema

La deficiente relación comercial entre los pequeños productores y las empresas agroexportadoras hace que se pierdan muchas oportunidades para los habitantes de esta zona, sin embargo el estudio de los requerimientos de estas empresas van a dar una pauta necesaria para que los pequeños productores tomen conocimiento de que es lo que pueden vender y como lo pueden hacer reflejándose en una balanza comercial con tendencia al crecimiento en el sector agrícola reflejándose directamente en el PIB.

#### 1.2.3.1. Exportaciones

En el acumulado a octubre de 2014, el sector acuicultura se constituye en el principal sector de exportación con un 21.27% de participación del total no petrolero, le sigue banano y plátano con una participación del 21.02%, y en tercer y cuarto lugar se ubican pesca y flores con el 13.70% y 6.70%, respectivamente del total no petrolero. Sumando estos 4 grupos de productos se tiene el 62.69% de las exportaciones no petroleras. (PROECUADOR, Boletín Diciembre, 2014)

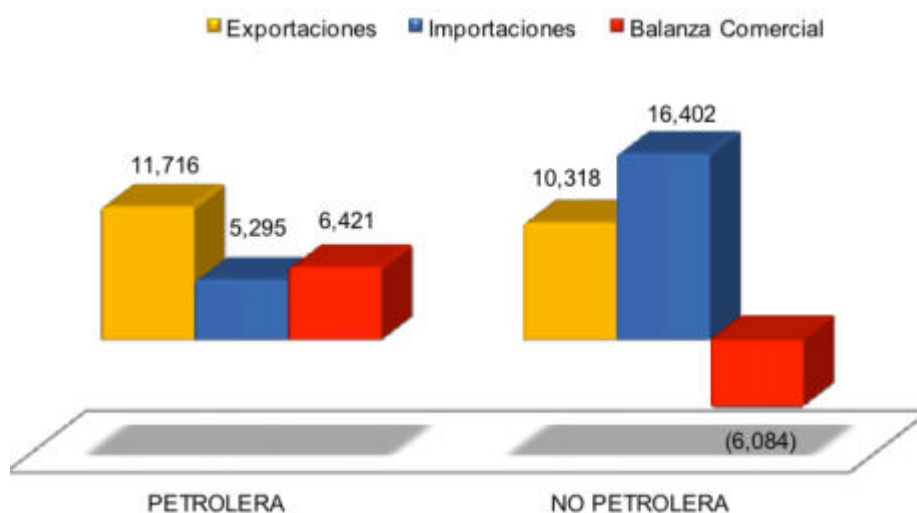


**Figura 2 Exportaciones no petroleras principales grupos de productos .%Participación. Ene-Oct 2014**

**Fuente: (PROECUADOR, Boletín Diciembre, 2014)**

### 1.2.3.2. Balanza Comercial

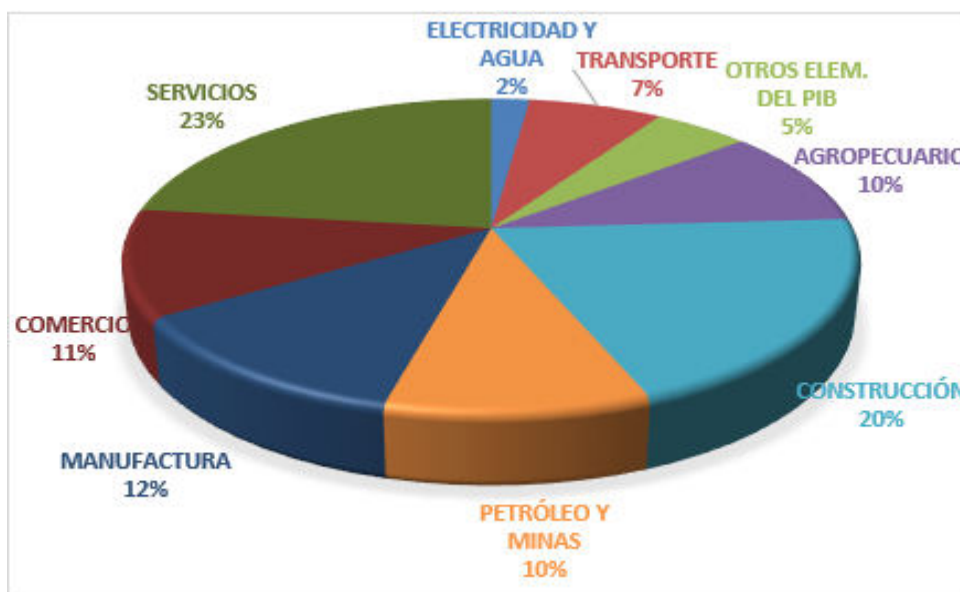
Al realizar el análisis en la balanza comercial petrolera y no petrolera, podemos notar que la primera es superavitaria en USD\$ 6,421 millones en el acumulado a octubre de 2014, mientras que la no petrolera es deficitaria en USD\$ 6,084 millones para el mismo periodo de análisis. (PROECUADOR, Boletín Diciembre, 2014)



**Figura 3 Balanza Comercial Petrolera y no Petrolera – Millones USD FOB Ene-Oct 2014**

**Fuente: (PROECUADOR, Boletín Diciembre, 2014)**

El crecimiento económico en el 2013 se ha mantenido estable con una tasa prevista del 4,1%. El sector petrolero continúa impulsando el crecimiento productivo nacional con el 2,6% con relación al año anterior. Las principales actividades económicas que aportan a este comportamiento han sido Otros servicios 34%, Comercio 11%, Manufactura 11%, Petróleo y Minas 10%, Construcción 10%, Agropecuario 10%, debido a las obras de infraestructura realizadas según las previsiones del Banco Central. (Banco Central, [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec), 2014).



*Figura 4 PIB por actividad económica 2013*

**Fuente: (Banco Central, [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec), 2014)**

Se hace referencia al décimo objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir – Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. (Senplades, Matriz Productiva, 2012).

Actualmente las personas no cuentan con ingresos suficientes que favorezcan la producción, la falta de capacitación y de conocimiento para ejecutar programas y planes de desarrollo limita a los habitantes a no acceder a nuevas relaciones comerciales. La mancomunidad debe alianzar relaciones sólidas no con intermediarios si no con clientes directos.

En base al objetivo 10 antes mencionado se plantea la política y el lineamiento respectivo para el presente caso de investigación.

**Tabla 1**

**Objetivo 10 PNBV – Política – Lineamiento**

<b>OBJETIVO 10 PNBV</b>	<b>POLÍTICA</b>	<b>LINEAMIENTO</b>
<b>Impulsar la transformación de la matriz productiva.</b>	Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero.	Fortalecer la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo formas de economía solidaria, para incluirlas como agentes económicos de la transformación en matriz productiva, promoviendo la diversificación y agregación de valor y la sustitución de importaciones, en el marco de la soberanía alimentaria.

**Fuente:** (Senplades, Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

En base a la Unidad de Gestión de investigación de la Universidad de Las Fuerzas Armadas – ESPE, para el presente estudio se hará referencia a la Línea de Investigación Emprendedorismo y Estrategia Organizacional, la Sublínea de investigación es: Márketing nacional e Internacional.



## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Identificar las variables que exigen los agroexportadores y su incidencia en la actividad comercial con los pequeños productores de la zona nor – central de la provincia de Pichincha.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Determinar las variables que están inmersas dentro de la integración vertical entre agroexportadores y pequeños productores en relación con el marco teórico existente.
- Identificar la metodología pertinente para el análisis de las variables.
- Sistematizar las variables inmersas en la relación comercial entre agroexportadores y pequeños productores.
- Establecer una propuesta basada en las variables más relevantes de relación entre agroexportadores y pequeños productores.

## **1.4 Preguntas de investigación**

- ¿Cuáles son las variables que inciden en la actividad comercial entre agroexportadores y los pequeños productores de la zona nor – central de la provincia de pichincha?

## **1.5 Justificación de objetivos**

### **1.5.1. Oportunidad del objetivo**

En el ámbito del diseño e implementación de la estrategia de cambio de la matriz productiva, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades participa conjuntamente con las instituciones corresponsables para garantizar un proceso articulado y sostenible, de modo que se alcancen metas y objetivos de corto y mediano plazo que permitan la transformación estructural del Ecuador en el largo plazo. (Senplades, Matriz Productiva, 2012)

El Ministerio de Industrias y Productividad en su misión tiene el impulsar el desarrollo de las industrias básicas, intermedias, sector productivo industrial y terciario, artesanal y zonas especiales de desarrollo económico, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados que incentiven la inversión, desagregación tecnológica y mejoramiento continuo de la productividad para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

Con fecha 14 de diciembre del 2012, fue creado el Viceministerio de Industrias Básicas, Intermedias y Desagregación Tecnológica, con Acuerdo Ministerial 12 582, publicado en el Registro Oficial No. 397 con fecha, 15 de febrero del 2013, con la misión de coordinar la gestión estratégica para el desarrollo de las industrias básicas, intermedias y desagregación tecnológica, aplicando políticas que fomenten actividades como ventajas comparativas dinámicas, generadoras de mayor valor agregado que propenda al impulso de encadenamientos productivos, desarrollen tecnologías e innovación y que eleven los niveles de productividad.

Es un tema de actualidad ya que desde el año 2014 se promueven los encadenamientos productivos a través del proyecto “Encadena Ecuador” impartido por el Ministerio de Industrias y Productividad.

A Partir de esta premisa se deduce que es un tema útil para la sociedad de la mancomunidad y para el país en general el poder investigar a fondo el escenario de los requerimientos de los agroexportadores ecuatorianos.

## **1.5.2. Viabilidad de datos**

### **1.5.2.1. PRO ECUADOR**

El Instituto Ecuatoriano de Promoción de Exportaciones e Inversiones da a conocer Promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir. Mediante esta institución se recolectará información basada en la actividad agrícola que es el tema principal de la investigación.

### **1.5.2.2. SRI**

En el Servicio de Rentas Internas se obtendrá información de datos secundarios ya que en esta entidad se podrá validar a las empresas agroexportadoras en cuanto a actividad y si están en la actualidad en actividad. A través de cartas dirigidas a esta institución también se pueden obtener datos secundarios como formularios de declaración en cuanto a sectores ya que la información de entidades específicas es de carácter confidencial.

### **1.5.2.3. SUPERINTENDENCIA DE CIAS**

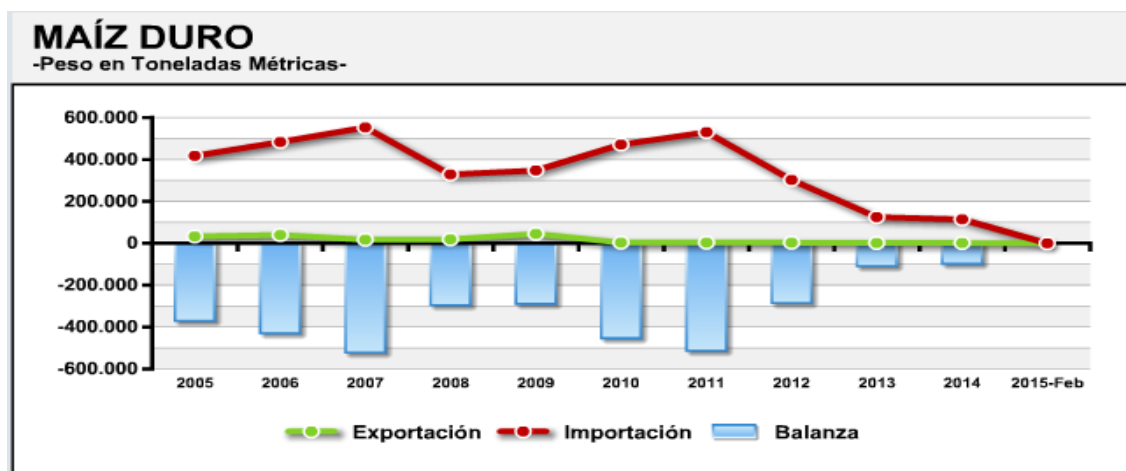
En la Superintendencia de Compañías se puede recolectar información relacionada a los balances financieros de las empresas de acuerdo al sector económico que en el presente caso de investigación es el agrícola, así como también los datos por provincia.

### **1.5.2.4. FEDEXPOR**

En la Federación Ecuatoriana de Exportadores se brinda información en cuanto a las empresas que realizan exportaciones, es decir se presenta un directorio de empresas exportadoras de acuerdo a la actividad que se haya escogido en la lista en este caso los productos agrícolas relacionados a las frutas.

### 1.5.2.5. BANCO CENTRAL

El Banco Central contribuirá con datos acerca del PIB, La Balanza Comercial un ejemplo se presenta a continuación con uno de los productos que se producen en la zona nor – central de la provincia de Pichincha.



*Figura 5 Cifras provisionales 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 acumulado a Febrero*

**Fuente:** (Banco Central, [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec), 2014)

### 1.5.2.6. COMEX

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia, por esta razón aportará con información como:

- Estadísticas
- Acuerdos
- Normativas
- Resoluciones en cuanto a aranceles y cambios

#### **1.5.2.7. INEC**

En el instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos se obtendrán los datos de los Censos económicos y de población así como también para cruces de variables a través de un Sistema integrado de consultas llamado REDATAM.

#### **1.5.2.8. AGROCALIDAD**

Este instituto cuenta con una lista detallada por año de los exportadores ya sea personas o empresas frutícolas/hortícolas, los productos que se exportan y el destino de dichas importaciones. Además de esto realizando el acercamiento con la institución se obtiene los requisitos fitosanitarios que se necesitan para que el producto sea comercializado.

#### **1.5.3. Importancia del Objetivo**

La investigación propuesta es importante ya que se acoge al Perfil Profesional ofertado por la Universidad de las Fuerzas Armadas para la carrera de Ingeniería Comercial.

En términos prácticos el caso de investigación es importante ya que toda la información será entregada a las personas de la mancomunidad de la Zona nor – central de la provincia de Pichincha, adicionalmente con la propuesta de un plan que contenga la forma en cómo se podrán relacionar e integrar al mercado de exportación.

### **1.6 Metodología**

Se utilizará un enfoque cualitativo ya que la investigación se basa en el análisis subjetivo e individual, esto hace que la investigación sea interpretativa, referida a lo particular. Este enfoque permite describir, comprender e interpretar los fenómenos, a

través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes. (Fernandez, Baptista, & Hernández Sampieri, 2008)

El diseño de la investigación es no experimental, ya que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las diferencias sobre las interrelaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa y dichas observaciones se realizan bajo su contexto natural. (Fernandez, Baptista, & Hernández Sampieri, 2008)

El tipo de diseño no experimental es transeccional, ya que este recolecta datos en un solo momento y en tiempo único, su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Fernandez, Baptista, & Hernández Sampieri, 2008).

El nivel de la investigación es exploratoria, ya que Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener una información para realizar una investigación más completa de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones y postulados. (Fernandez, Baptista, & Hernández Sampieri, 2008)

### **1.6.1. Delimitación del universo**

Para delimitar una muestra de datos cualitativos, por lo general se estudia un individuo o una situación, unos pocos individuos o unas pocas situaciones.

Por esta razón es que el muestreo no probabilístico resulta el más adecuado ya que no se hace necesario hablar de muestreos estadísticamente representativos, sino más bien de criterios de confianza que se eligen para garantizar la representatividad de la muestra.

Sin embargo en base a la investigación exhaustiva de empresas agroexportadoras, se toma en cuenta las bases de datos de FEDEXPOR, AGROCALIDAD, Integrantes de Comercio Justo de PROECUADOR, clientes de empresas logísticas, Directorio de exportadores por producto y por destino del Banco Central del Ecuador.

## **1.6.2. Tipo de muestreo**

### **1.6.2.1 Muestreo no probabilístico**

El muestreo no probabilístico es aquel donde los elementos son elegidos a juicio del investigador. No se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo. Sin embargo específicamente se utilizará el muestreo no probabilístico por referidos o también llamado bola de nieve y el muestreo intencional u opinático.

#### **1.6.2.1.1 Muestreo no probabilístico por referidos**

Se realiza sobre poblaciones donde no se conoce a sus individuos o es muy difícil acceder a ellos. Se llama muestreo de bola de nieve porque cada sujeto estudiado propone a otros, produciendo un efecto acumulativo parecido a una bola de nieve. Esto se utilizó para las empresas logísticas ya que éstas enviaban las encuestas a sus clientes. Así como también de los informes emitidos de PROECUADOR, existe una asociación de Productores de Comercio Justo, se contactó con ellos para el reenvío de la encuesta.

#### **1.6.2.1.1 Muestreo intencional u opinático**

Selección de elementos, en base a criterios y juicios del investigador. (Terán, 2006), en el caso del tema de investigación: Incidencia de la actividad comercial entre los agroexportadores y pequeños productores de la zona Nor-central de la provincia de Pichincha, los criterios a analizar son:

- Empresas agroexportadoras de productos hortícolas/frutícolas y derivados.
- Empresas de todo el Ecuador
- Empresas con sede principal en Ecuador o en otro país.
- Los encuestados deben tener cargos directivos, es decir expertos en el tema.

### **1.6.3. Instrumentos**

#### **1.6.3.2 Técnica Delphi**

La técnica delphi es un instrumento de medición de datos cualitativos, fue desarrollada en 1950 por Dalkey y colaboradores y tiene por objetivo conocer la opinión de un grupo de personas en relación a un problema, sin que los integrantes se reúnan físicamente. Linston y Turoff (1975) definen la técnica delphi como un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo. Existe la variante delphi online que se diferencia de la técnica tradicional porque el canal utilizado no es el correo postal sino la tecnología web y el correo electrónico, con lo que se agiliza el proceso de recepción de información de los expertos. El grado de motivación de los participantes debe ser alto ya que la duración total del proceso puede oscilar entre 45 o 70 días. En cuanto al número de participantes se recomienda que éste no sea superior al de 30. (Campoy Aranda & Gómez Araujo, 2009).

Se utilizará este instrumento adaptando la encuesta a la del Foro Económico Mundial, al ser el más aplicable ya que las encuestas se enviarán via e-mail a los agroexportadores. (Anexo A)

#### **1.6.4. Planificación del proceso de datos a ser colectados**

Se procederá a encuestar a los funcionarios de las empresas más representativas del país. Para validar la encuesta se visitará en persona a 7 de ellos y posteriormente se enviarán las encuestas via e-mail. Las variables más generales de la encuesta serán en cuanto a requerimientos por parte de cada una de las empresas agroexportadoras.

#### **1.6.5. Plan de análisis e interpretación de datos**

A pesar de que la técnica Delphi para la recolección de datos establece que no más de 30 los encuestados se recurrió a 35 empresas y personas agroexportadoras



primero realizando la investigación de quienes son, donde se ubican y que tipo de productos exportan ya que la investigación se centra en productos hortícolas/frutícolas o derivados.

## **Capítulo II: Marco teórico**

### **2.1 Datos relevantes del estudio**

#### **2.1.1 Estado del arte**

##### **2.1.1.1 Organización Mundial de Comercio – OMC**

La Organización Mundial del Comercio (OMC) se ocupa de las normas mundiales del comercio entre las naciones. Su función principal es garantizar que los flujos de comercio posean máxima facilidad, previsibilidad y libertad posible. Ecuador ha sido un miembro de la OMC desde el 21 de enero de 1996. (Organización Mundial de Comercio - OMC, 2015)

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

En la sección séptima de la constitución del Ecuador, basada en la Política comercial, artículo. 306 menciona que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

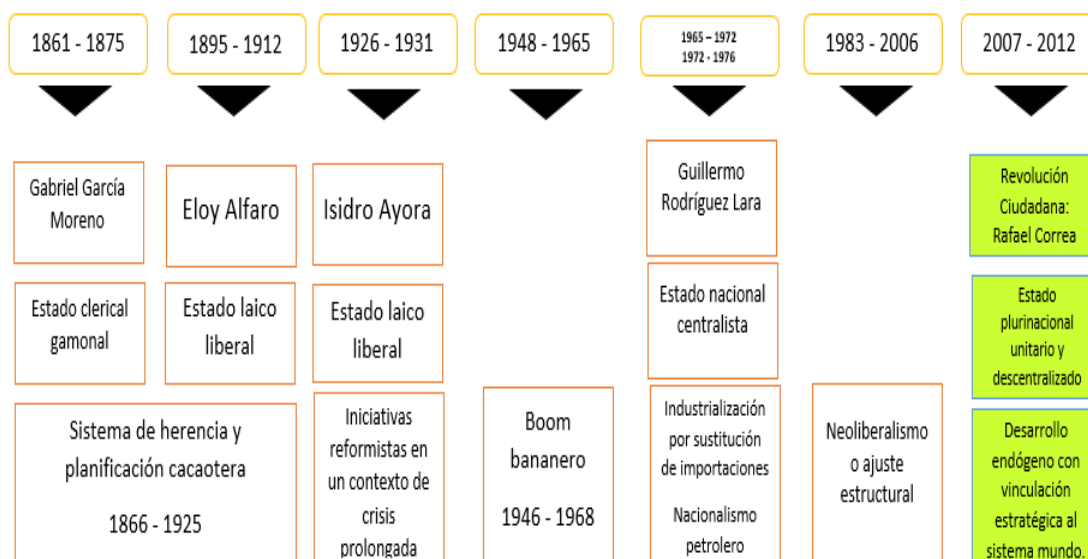
##### **2.1.1.3 Código orgánico de la producción**

En el Título III de los Incentivos para el Desarrollo Productivo, Capítulo I referente a las Normas generales sobre Incentivos y Estímulos de Desarrollo Económico, en el artículo 24, numeral dos, hace alusión a los sectores y para el desarrollo regional equitativo: Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo rural de todo el país, y las zonas urbanas según se especifican en la disposición reformativa segunda (2.2), se reconoce la exoneración total del impuesto a

la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores. Conforme lo establece el Título XXX del Código Civil, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, subsistirá como persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro, coadyuvando al desarrollo del país por medio de la ejecución de la promoción privada de las exportaciones e inversiones en el país y en el extranjero. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

#### 2.1.1.4 Plan Nacional del Buen Vivir y el Cambio de la matriz Productiva

A través de la historia el Ecuador se ha caracterizado por ser un país de importador más que exportador, los gobierno neoliberales no permitían que se le dé buen uso a la riqueza que se generaba en ciertas épocas como lo fue en el Boom del banano, del cacao, o cuando se descubrió el petróleo.



**Figura 6 Regímenes de acumulación, modelos de Estado y principales gobiernos**

**Fuente: (Senplades, Transformación de la Matriz Productiva, 2012)**

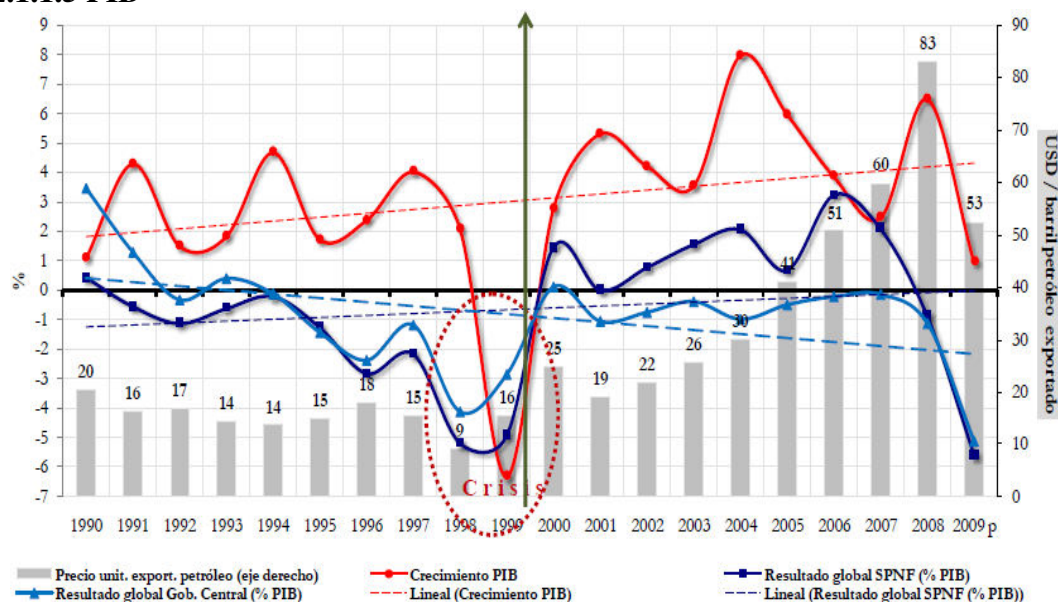
“La economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado. Los constantes e imprevistos cambios en los precios internacionales de las materias primas, así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la

economía ecuatoriana en una situación de intercambio desigual sujeta a los vaivenes del mercado mundial.

Consciente de esta situación, el gobierno de la Revolución Ciudadana, liderado por el presidente Rafael Correa, impulsó desde el inicio de su gestión un proceso de cambio del patrón de especialización productiva de la economía que le permita al Ecuador generar mayor valor agregado a su producción en el marco de la construcción de una sociedad del conocimiento.

Transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos del país, el que permitirá al Ecuador superar el actual modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos.” (Senplades, Matriz Productiva, 2012)

### 2.1.1.5 PIB



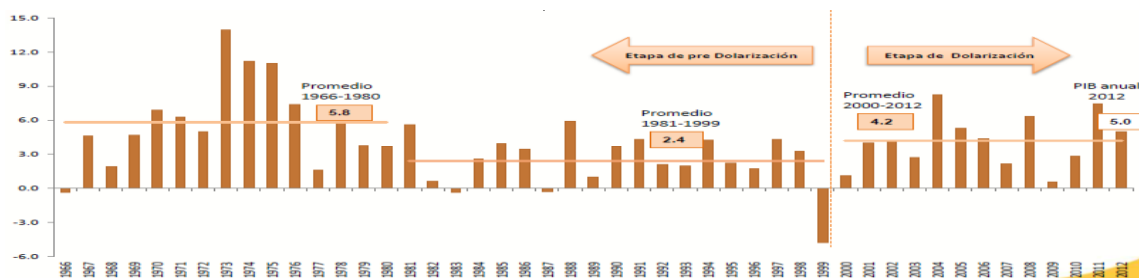
**Figura 7 Crecimiento del PIB, Resultados fiscales y Precio unitario del petróleo exportado 1990-2009**

**Fuente:** (Banco Central, Publicaciones, 2015)

Tras la implantación de la dolarización en enero de 2000, se destacan eventos en el orden interno como: inestabilidad económica y política post crisis; aprobación de un marco legal para dar sostenibilidad a la dolarización, (puesto que la política fiscal cobraba mayor trascendencia en la consecución de estabilidad macroeconómica, tras la pérdida de importantes instrumentos de política monetaria); construcción y funcionamiento del OCP (2004); nueva Constitución del Ecuador (2008) y reformas legales. En el orden externo, destacan los siguientes aspectos: aumento progresivo de los precios internacionales del petróleo (desde 2003); bajas tasas de interés (desde 2003); devaluación del dólar frente al euro (desde 2003); crisis económica mundial (2008 y 2009).

En estos diferentes contextos se han adoptado diversas políticas económicas en cada coyuntura, ocasionando efectos directos en el Sector Público No Financiero ecuatoriano (SPNF), el mismo que se caracteriza, entre otros aspectos, por ser: deficitario hasta antes de la dolarización; dependiente de los ingresos petroleros (que a su vez dependen del precio del mercado internacional); inflexible en el gasto, particularmente el corriente. (Banco Central, Publicaciones, 2015)

La tasa de variación promedio del PIB de Ecuador de 2000 a 2012 fue de 4.2%, mayor a la de los 80's y 90's donde alcanzó el 2.4%. El mayor crecimiento se registró en el período 1966-1980 con un promedio de 5.8%. (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)



**Figura 8 Producto Interno Bruto – Tasas de Variación 1966 – 2012**

**Fuente: (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)**

La época pre dolarización marca un cambio importante en el PIB Ecuatoriano, ya que su marcado decrecimiento en el año de 1999 lleva a que el país tome medidas para recuperar su producción nacional.

**Tabla 2**

**Valor Agregado Industria Agrícola trimestral 2000-2013**

<b>Industrias</b>	<b>Agricultura</b>
<b>2000</b>	2.456.457
<b>2001.I</b>	694.417
<b>2001.II</b>	685.989
<b>2001.III</b>	691.706
<b>2001.IV</b>	693.776
<b>2001</b>	2.765.888
<b>2002.I</b>	712.344
<b>2002.II</b>	716.477
<b>2002.III</b>	720.378
<b>2002.IV</b>	725.922
<b>2002</b>	2.875.121
<b>2003.I</b>	809.906
<b>2003.II</b>	766.746
<b>2003.III</b>	769.141
<b>2003.IV</b>	784.513
<b>2003</b>	3.130.306
<b>2004.I</b>	821.418
<b>2004.II</b>	791.437
<b>2004.III</b>	746.388
<b>2004.IV</b>	792.703
<b>2004</b>	3.151.946
<b>2005.I</b>	865.034
<b>2005.II</b>	812.013
<b>2005.III</b>	809.690
<b>2005.IV</b>	903.750
<b>2005</b>	3.390.487
<b>2006.I</b>	983.420
<b>2006.II</b>	890.436
<b>2006.III</b>	904.030
<b>2006.IV</b>	982.911

CONTINÚA 

<b>2006</b>	3.760.797
<b>2007.I</b>	1.042.733
<b>2007.II</b>	1.009.183
<b>2007.III</b>	1.033.313
<b>2007.IV</b>	1.089.435
<b>2007</b>	4.174.664
<b>2008.I</b>	1.175.474
<b>2008.II</b>	1.185.253
<b>2008.III</b>	1.239.441
<b>2008.IV</b>	1.213.289
<b>2008</b>	4.813.457
<b>2009.I</b>	1.330.370
<b>2009.II</b>	1.367.609
<b>2009.III</b>	1.412.285
<b>2009.IV</b>	1.462.112
<b>2009</b>	5.572.376
<b>2010.I</b>	1.559.707
<b>2010.II</b>	1.478.574
<b>2010.III</b>	1.462.659
<b>2010.IV</b>	1.570.217
<b>2010</b>	6.071.157
<b>2011.I</b>	1.630.428
<b>2011.II</b>	1.625.848
<b>2011.III</b>	1.684.275
<b>2011.IV</b>	1.778.902
<b>2011</b>	6.719.453
<b>2012.I</b>	1.758.584
<b>2012.II</b>	1.723.007
<b>2012.III</b>	1.711.393
<b>2012.IV</b>	1.738.879
<b>2012</b>	6.931.863
<b>2013.I</b>	1.828.877
<b>2013.II</b>	1.821.481
<b>2013.III</b>	1.856.257

**Fuente: (Universidad de los Hemisferios, 2013)**

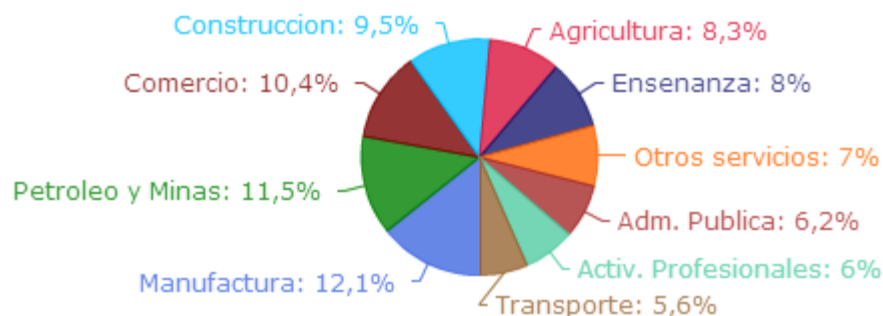
Tabla 3

*Oferta y utilización final*

VARIABLES \ AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Producto interno bruto (PIB)</b>	41.507.085	46.802.044	51.007.777	61.762.635	62.519.686	69.555.367	79.779.824	87.502.365
<b>Importaciones de bienes y servicios</b>	11.821.905	13.748.900	15.636.623	20.933.400	16.790.125	22.541.700	26.418.834	27.822.761
<b>Total oferta final</b>	53.328.990	60.550.944	66.644.400	82.696.035	79.309.811	92.097.067	106.198.658	115.325.126
<b>Gasto de consumo final total</b>	32.884.561	35.842.792	38.775.487	45.298.051	47.494.560	53.193.172	58.873.557	64.554.805
<b>Gobierno general</b>	4.448.665	4.961.903	5.574.209	7.306.788	8.581.275	9.181.067	10.092.548	11.507.726
<b>Hogares residentes</b>	28.435.896	30.880.889	33.201.278	37.991.263	38.913.285	44.012.105	48.781.009	53.047.079
<b>Formación bruta de capital fijo</b>	8.476.753	9.759.712	10.593.947	13.818.514	14.257.689	17.127.889	20.769.260	23.779.347
<b>Variación de existencias</b>	504.177	751.941	987.281	2.479.106	1.771.899	2.373.567	2.341.525	996.634
<b>Exportaciones de bienes y servicios</b>	11.463.499	14.196.499	16.287.685	21.100.364	15.785.663	19.402.439	24.214.316	25.994.340
<b>Total utilización final</b>	53.328.990	60.550.944	66.644.400	82.696.035	79.309.811	92.097.067	106.198.658	115.325.126

**Fuente: (Universidad de los Hemisferios, 2013)**

En 2012, las industrias contribuyeron con el 96% de valor agregado en el Producto Interno Bruto (PIB). Entre 2007 y 2012, el 85% del VAB se concentra en 10 sectores principales. En el tercer trimestre de 2013, el crecimiento del PIB fue de 1,6%; debido al desempeño del VAB Petrolero en 4,8% y del VAB No Petrolero en 1,4%. En promedio anual entre 2007 y 2012, los principales sectores que han contribuido en el VAB del Producto Interno Bruto (PIB) son: Manufactura, Petróleo y minas, Comercio, Construcción, Agricultura, Enseñanza, Otros servicios, Administración Pública, Actividades Profesionales, Transporte



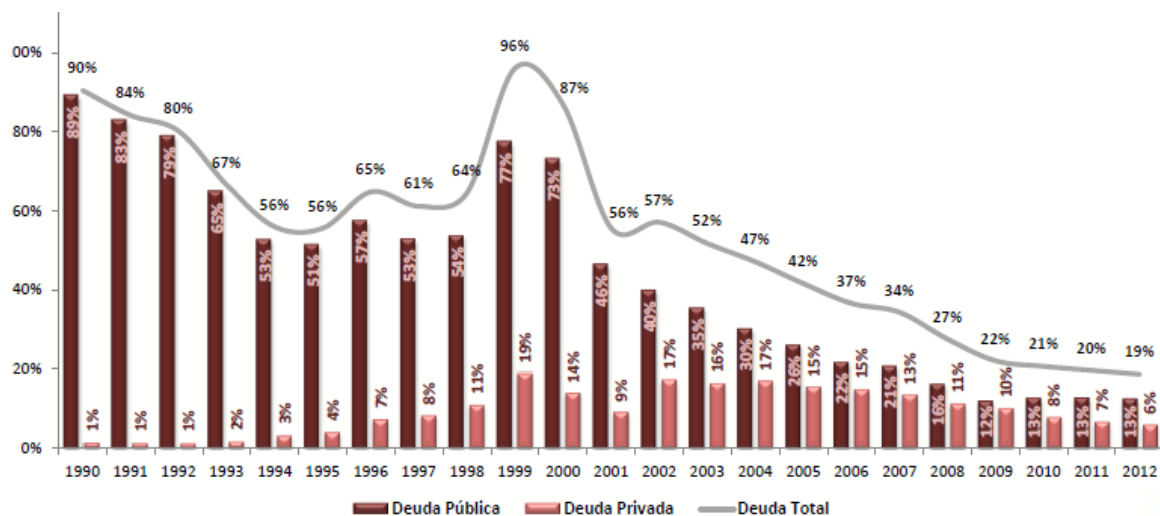
**Figura 9 Valor Agregado Bruto % de Contribución al PIB – Promedio 2007-2012**

**Fuente: (Universidad de los Hemisferios, 2013)**

#### **2.1.1.6 Deuda Externa**

En el año 1990 el saldo de la deuda pública y privada representaban el 89% y el 1% del PIB, respectivamente. Para el año 2012, el porcentaje de la deuda con respecto al PIB es significativamente menor a pesar de que la deuda externa total ha crecido en términos nominales. Al final del 2012, el saldo de la deuda externa pública y privada representó el 13% y 6% del PIB respectivamente. (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)



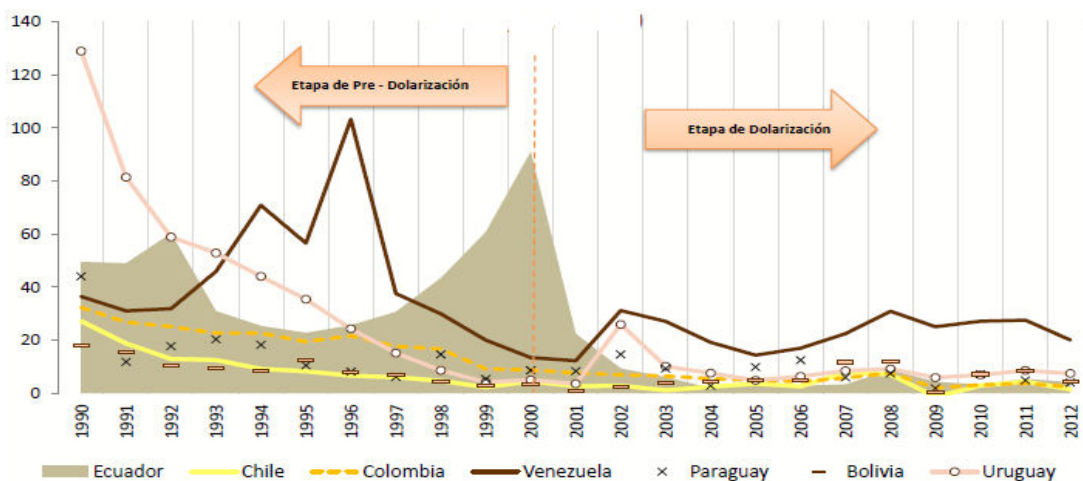


**Figura 10 Evolución de la Deuda Externa Pública y Privada (porcentajes del PIB, 1990-2012)**

**Fuente:** (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)

### 2.1.1.7 Inflación

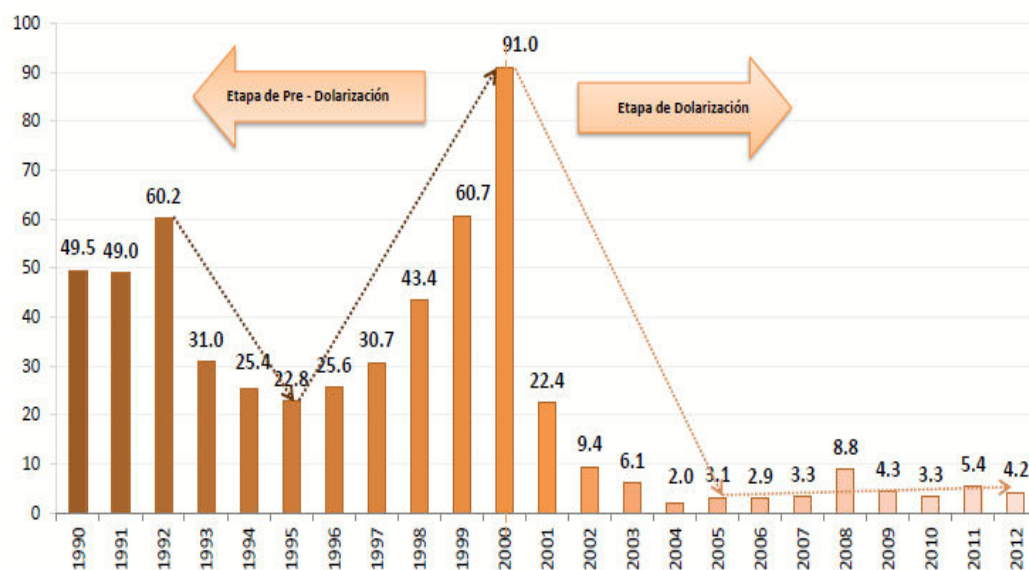
La inflación de la mayoría de países de América del Sur muestra una disminución paulatina. El Ecuador es uno de los países que mayor desaceleración de precios evidencia en la última década. (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)



**Figura 11 Evolución de la Inflación Anual en América del Sur (Porcentajes, 1990-2012)**

**Fuente:** (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)

Los niveles inflacionarios anteriores a la adopción del esquema de la dolarización (1990-1999) se mantenían en porcentajes bastante altos; a partir del año 2000 la reducción inflacionaria es significativa y se ha mantenido en casi todos los años de la década en porcentajes de hasta un dígito. (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)



**Figura 12 Inflación Urbana**

**Fuente: (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)**

### 2.1.1.8 Tasa Activa Y Pasiva

#### 2.1.1.8.1 Banco Central

**Tabla 4****Tasas del Banco Central del Ecuador**

<b>TASAS DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</b>	
<b>PARA EL PERIODO DE JULIO DE 2015</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
<b>PASIVA REFERENCIAL:</b>	5.54%
<b>ACTIVA REFERENCIAL:</b>	8.54%
<b>LEGAL</b>	8.54%
<b>MAXIMA CONVENCIONAL</b>	9.33%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO CORPORATIVO</b>	8.54%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA PRODUCTIVO CORPORATIVO</b>	9.33%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES</b>	11.10%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA PRODUCTIVO PYMES</b>	11.83%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO</b>	15.78%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA CONSUMO</b>	16.30%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL VIVIENDA</b>	10.62%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA VIVIENDA</b>	11.33%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL VICIENDA DE INTERES PUBLICO</b>	4.88%
<b>TASA EFECTIVA VIVIENDA DE INTERES PUBLICO</b>	4.99%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCREDITO ACUMULACION AMPLIADA</b>	22.82%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA MICROCREDITO ACUMULACION AMPLIADA</b>	25.50%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCREDITO ACUMULACION SIMPLE</b>	24.98%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA MICROCREDITO ACUMULACION SIMPLE</b>	27.50%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCREDITO MINORISTA</b>	27.75%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA MICROCREDITO MINORISTA</b>	30.50%
<b>TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTO EMPRESARIAL</b>	9.78%
<b>TASA EFECTIVA MAXIMA PRODUCTIVO EMPRESARIAL</b>	10.21%
<b>1. OPERACIONES ACTIVAS NOMINALES BNF:</b>	
<b>1.1 SOBREGIROS OCASIONALES Y CONTRATADOS</b>	15.20%
<b>1.2 FONDOS EN ADMINISTRACION COFENAC</b>	4.27%
<b>1.3 CREDITOS CONADIS</b>	6.09%
<b>1.4 CREDITOS SETEDIS</b>	9.62%

**Fuente:** (Herrera, 2015)

Las tasas de interés se relacionan directamente con la entidad, que emita el crédito, es decir va a variar según el banco que se haya escogido. El ejemplo que se visualiza en la gráfica pertenece al Banco Central del Ecuador.

### 2.1.1.8.2 Banco del Pacífico

Tasa Máxima Variable	PRODUCTIVO COMERCIAL (VER CUADRO DOS)						PERSONAS			
	Productivo Corporativo		Productivo Empresarial		Productivo PYMES		CONSUMO		VIVIENDA	
	Nominal	Efectiva	Nominal	Efectiva	Nominal	Efectiva	Nominal	Efectiva	Nominal	Efectiva
	8.9533%	9.33% (*)	9.7612%	10.21% (*)	11.2332%	11.53% (*)	15.20%	16.30% (*)	10.7810%	11.33% (*)
	<b>HIPOTECA TRIPLE PLUS PACIFICO</b>									
	REAJUSTE: Tasa Pasiva Referencial Nominal Más Margen									
	Margen: Tasa Pasiva Referencial Nominal Menos Tasa de Arranque									
	<b>PROYECTOS PARTICULARES</b>									
	Financiamiento 60,01% - 70,00%, Plazo máximo 10 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 10 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 10 años									
	Financiamiento 60,01% - 70,00%, Plazo máximo 15 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 15 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 15 años									
	Financiamiento 60,01% - 70,00%, Plazo máximo 20 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 20 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 20 años									
	<b>PROYECTOS FINANCIADOS POR EL BANCO</b>									
	Financiamiento 60,01% - 80,00%, Plazo máximo 10 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 10 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 10 años									
	Financiamiento 60,01% - 80,00%, Plazo máximo 15 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 15 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 15 años									
	Financiamiento 60,01% - 80,00%, Plazo máximo 20 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 20 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 20 años									
	<b>CONSTRUYE CON EL PACIFICO</b>									
	Financiamiento sólo de construcción (CCC)									
	Financiamiento 60,01% - 70,00%, Plazo máximo 12 años									
	Financiamiento 50,01% - 60,00%, Plazo máximo 12 años									
	Financiamiento 0,01% - 50,00%, Plazo máximo 12 años									
	Financiamiento de construcción y terreno (CCS)									
	Financiamiento 45,01% - 50,00%, Plazo máximo 12 años									
	Financiamiento 40,01% - 45,00%, Plazo máximo 12 años									
	Financiamiento 0,01% - 40,00%, Plazo máximo 12 años									
	<b>PLAN AUTO</b>									
	Plazo 1 año									
	Plazo 2 años									
	Plazo 3 años									
	Plazo 4 años									
	Plazo 5 años									
	<b>CRÉDITO PACIFICO</b>									
	Plan Salud/ Plan Viajes/ Plan Hogar									
	<b>PRESTAMO ESTUDIOS</b>									
	Préstamo Estudios									
	<b>CRÉDITO DESARROLLO EMPRESARIAL PACIFICO (*)</b>									
	6-9 meses plazo									
	10-18 meses plazo									
	19-24 meses plazo									
	> 24 meses plazo									

**Figura 13 Tasas de interés activas cargos asociados y otros servicios por tipo de crédito**

Fuente: (Fajardo, 2014)

### 2.1.1.9 Salario Mínimo Vital

Para el análisis de salarios mínimos se toma en cuenta a las ramas de economía de acuerdo al tema de estudio, los salarios relacionados a la agricultura para el presente año.

**Tabla 5*****Plantaciones de palma africana y otros cultivos de semillas, frutas y nueces oleaginosas***

<b>CARGO / ACTIVIDAD</b>	<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL</b>	<b>COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD</b>	<b>SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015</b>
<b>SUPERVISOR DE LA PLANTACION</b>	B1	ÁREA DE PLANTACIÓN	364,97
<b>SUPERVISOR DE MANTENIMIENTO</b>	D1	ÁREA DE MANTENIMIENTO - PALMA AFRICANA	358,60
<b>TRABAJADOR DEL AGRO: CORTE Y RECOLECCIÓN DE RACIMOS, CORONA QUÍMICA, APLICACIÓN DE MATERIA ORGÁNICA, CHAPIA, CORONA MANUAL - MECÁNICA, PODA, APLICACIÓN FERTILIZANTES, LIMPIEZA DE LINDEROS - DRENAJES, MANTENIMIENTO PLANTAS NECTARIFERAS, CONTROLES FITOSANITARIOS, CIRUGÍA PLANTAS, ERRADICACIÓN PALMAS, ASPERSOR MANUAL, POLINIZACIÓN Y VERIFICACIÓN DE INFLORESCENCIA, MANEJO Y MANTENIMIENTO DE VIVEROS; Y OTRAS LABORES CULTURALES.</b>	E2	ÁREA DE PLANTACIÓN	355,77

**Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2015)**

**Tabla 6*****Plantaciones de café incluye escogida de café, destinado para la exportación***

<b>CARGO / ACTIVIDAD</b>	<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL</b>	<b>COMENTARIOS /DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD</b>	<b>CÓDIGO IESS</b>	<b>SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015</b>
<b>TRABAJADOR FITOSANITARIO</b>	E2		0101011311031	355,77
<b>TRABAJADOR DEL AGRO: SEMILLERO, SEMBRADOR, COSECHADOR, RECOGEDOR, TRANSPLANTADOR; Y OTRAS LABORES CULTURALES</b>	E2		0101011311032	355,77

**Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2015)**

**Tabla 7*****Otros servicios relacionados con la agricultura***

<b>CARGO / ACTIVIDAD</b>	<b>ESTRUCTURA OCUPACIONA L</b>	<b>COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD</b>	<b>CÓDIGO IESS</b>	<b>SALARIO MÍNIMO SECTORIA L 2015</b>
<b>TRABAJADOR DEL AGRO: INCLUYE LABORES CULTURALES</b>	E2		01200000000 1	355,77

**Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2015)**

La zona norcentral de la provincia de Pichincha, en la actualidad carece de mano de obra para la producción agrícola, debido a la migración de la población económicamente activa. Por esta razón, al existir hectáreas productivas sin trabajar es necesario adquirir el recurso humano para el trabajo en la tierra, el conocimiento del salario mínimo vital es esencial para los habitantes de la zona que decidan optar por la contratación.

**Tabla 8*****Evolución del Salario Básico desde la dolarización***

<b>AÑOS</b>	<b>SALARIO BÁSICO</b>	<b>CRECIMIENTO EN DOLARES</b>	<b>% DE CRECIMIENTO</b>
<b>2000</b>	56,6	0	0%
<b>2001</b>	85,65	29,05	51%
<b>2002</b>	104,88	19,23	22%
<b>2003</b>	129,91	25,03	24%
<b>2004</b>	135,62	5,71	4%
<b>2005</b>	145,77	10,15	7%
<b>2006</b>	160	14,23	10%
<b>2007</b>	170	10	6%
<b>2008</b>	200	30	18%
<b>2009</b>	218	18	9%
<b>2010</b>	240	22	10%
<b>2011</b>	264	24	10%
<b>2012</b>	292	28	11%
<b>2013</b>	318	26	9%
<b>2014</b>	340	22	7%
<b>2015</b>	354	14	4%

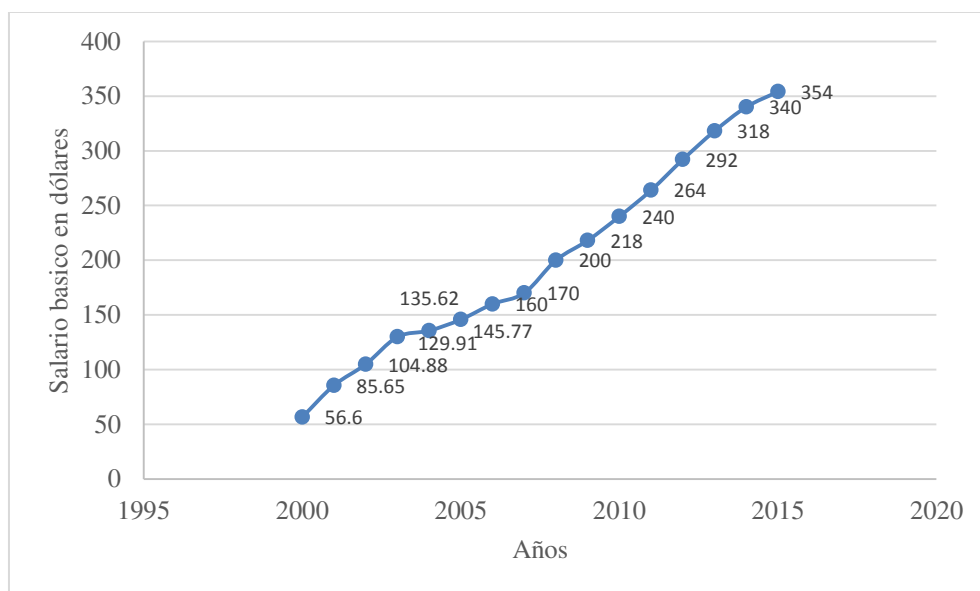
**Fuente:** (Diario El Comercio, 2012)

El Ecuador vivía momentos complicados de angustia y crisis por el salvataje bancario que tubo hecho en los años 1999 y 2000 en el gobierno del Presidente Jamil Mahuat, producto del manejo inadecuado de las políticas económicas. Se optó por el cambio de moneda, de sucres a dólares, por esta razón el salario básico en el año 2000 alcanza apenas \$56,60 dólares que es el más bajo en los 15 años de economía dolarizada.

Sin embargo el panorama cambia desde el gobierno de la revolución ciudadana con el presidente actual el Economista Rafael Correa Delgado quien lleva el poder 8 años.

Según la Constitución de la República en su artículo 328 estipula: La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos. El gobierno, dentro de su Plan Nacional del Buen Vivir, en su objetivo 6, política 6.4, considera: “promover el pago de remuneraciones justas sin

discriminación alguna propendiendo la reducción de la brecha entre el costo de la canasta básica familiar y el salario básico” (Senplades, Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)



**Figura 14 Evolución del Salario Básico**

**Fuente: (Diario El Comercio, 2012)**

#### 2.1.1.10 Riesgo País

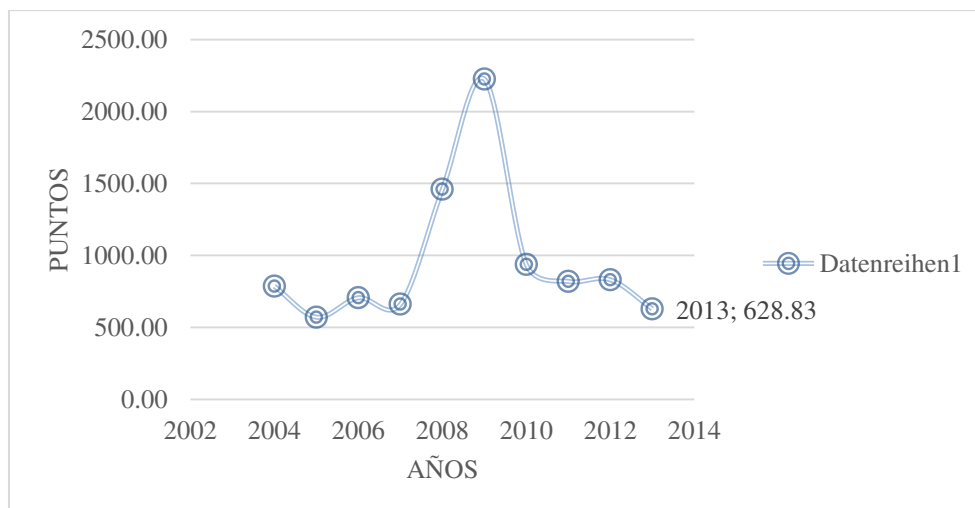
**Tabla 9**

##### **Puntos Históricos - EMBI**

<b>AÑO</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>2004</b>	<b>786,25</b>
<b>2005</b>	<b>571,33</b>
<b>2006</b>	<b>706,50</b>
<b>2007</b>	<b>660,67</b>
<b>2008</b>	<b>1459,00</b>
<b>2009</b>	<b>2224,50</b>
<b>2010</b>	<b>937,00</b>
<b>2011</b>	<b>819,75</b>
<b>2012</b>	<b>831,33</b>
<b>2013</b>	<b>628,83</b>

**Fuente: (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)**





**Figura 15 Riesgo País - EMBI**

**Fuente: (Banco Central, Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013, 2013)**

El riesgo país es un indicador importante al momento de invertir en el Ecuador, para el presente estudio de investigación se pretende que los pequeños productores puedan llevar sus productos a mercados externos y generar cambio en la matriz productiva incentivando la exportación Si existe inversión en nuestro país, se puede mejorar la calidad de vida de la población y sobre todo de mancomunidades en proceso de desarrollo.

Es necesario saber cuál es la condición actual de nuestro país en cuanto al riesgo país y para esto a continuación se presenta la figura 14, en la que se detalla el riesgo país mensual desde enero del presente año hasta el mes de agosto.



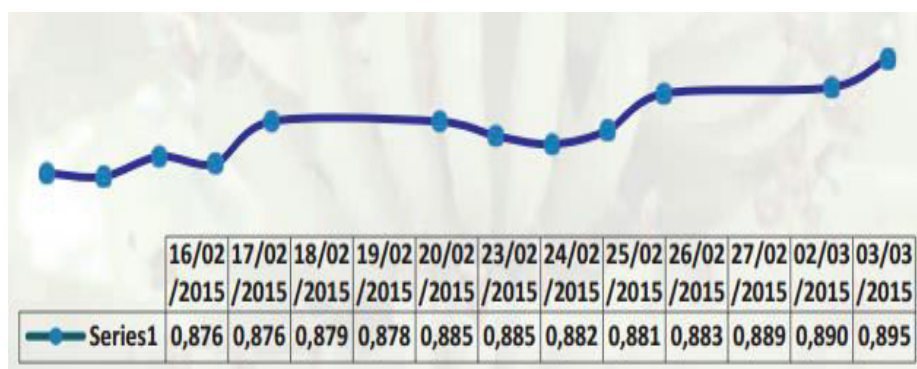
**Figura 14. Riesgo País mensual 2015**

**Fuente: (JP Morgan, 2015)**

### 2.1.1.11 Conversiones

#### 2.1.1.11.1 Conversión Dólares - Euros

Gracias a los acuerdos comerciales el Ecuador ha tenido apertura en la Unión Europea, mejorando las relaciones bilaterales. La siguiente figura muestra el precio del dólar en euros.



*Figura 16 Precio del dólar en euros / Febrero-Marzo 2015*

**Fuente:** (Asociación de Exportadores de banano - Ecuador, 2015)

#### 2.1.1.11.2 Conversión Dólares – Pesos Colombianos

Otra conversión es la de dólares a pesos colombianos, a la fecha 02 de Septiembre, Ecuador ha sido favorecido en el cambio ya que el tipo de cambio hace que los precios en productos colombianos reduzcan. El tipo de cambio se encuentra en: 1 USD = 3.173,3 COP

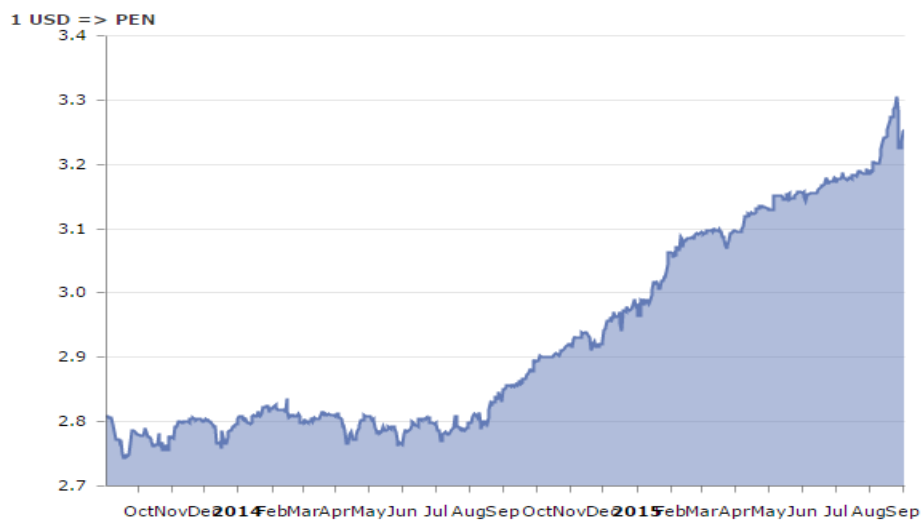


*Figura 17 Historial diario del tipo de cambio de dólar a peso colombiano*

**Fuente:** (The money converter, 2015)

### 2.1.1.11.3 Conversión Dólares – Sol Peruano

El tipo de cambio de Dólar de los E.E.U.U. y Solenoide de Nuevo obtenido aquí se actualizó en el 03 Septiembre del 2015 a la paridad de 1 USD = 3.2529 PEN. A continuación la figura con el antecedente histórico.

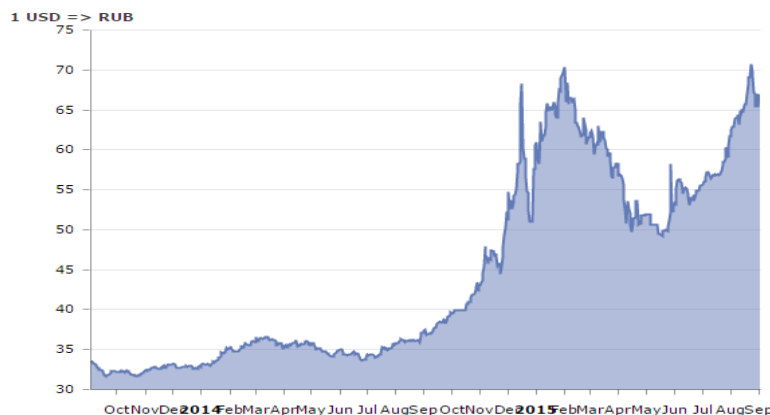


*Figura 18 Historial diario del tipo de cambio de dólar a sol peruano*

**Fuente: (MATAF, 2015)**

### 2.1.1.11.4 Conversión Dólares – Rublo ruso

Otro destino importante de las exportaciones ecuatorianas es Rusia. La paridad Dólar de los E.E.U.U. y Rublo ruso obtenido aquí se actualizó en el 03 de Septiembre del 2015 con la equivalencia de 1 USD = 66.8370 RUB.



**Figura 19** Historial diario del tipo de cambio de dólar a sol peruano

**Fuente:** (MATAF, 2015)

#### **2.1.1.12 Análisis de la situación cambiaria Ecuador – Colombia**

La devaluación del peso colombiano en el último año frente al dólar ha logrado que se declare a la provincia del Carchi zona deprimida ya que se ha dificultado el comercio fronterizo con Ecuador, un país con economía dolarizada.

El declarar a la provincia del Carchi zona deprimida hace que se le dé prioridad a esta zona y el presidente de la República, Rafael Correa manifestó que con esta medida se exonerará momentáneamente del pago de impuestos como el anticipo del impuesto a la renta.

Lamentablemente el cierre de varios negocios se ha visto indudablemente como efecto de la caída del peso colombiano. Otra medida que se está llevando a cabo es la designación de créditos a empresarios de ciertos sectores productivos por parte de BanEcuador E.P , anteriormente llamado Banco Nacional de Fomento con el fin de incentivar la inversión.

Desafortunadamente Ecuador también ha tenido que afrontar la caída en más del 50% de los precios del petróleo llegando a un precio de 40 USD, su principal bien de

exportación, Ecuador afronta adicionalmente los efectos de la apreciación del dólar que le resta competitividad en el comercio externo.

A diferencia de Colombia o Perú, que pueden devaluar sus monedas, Ecuador no puede hacerlo porque el dólar no es una moneda propia de la nación ya que se adquirió hace 15 años por la crisis económica de la época. En la actualidad el dólar se ha apreciado en un 30%. Por eso, Quito ha debido recurrir a medidas como la elevación temporal de impuestos a las importaciones como lo son también las salvaguardias y la entrega de beneficios a los exportadores para intentar mitigar la pérdida de clientes externos.

El presidente del Ecuador manifiesta que aunque no tengamos moneda propia no hay mayor interés en el cambio ya que esto generaría un nuevo impacto social y económico para el que no se está preparado.

#### **2.1.1.13 Competitividad**

Ecuador sube al puesto 71° del ranking de competitividad, ha obtenido 4,18 puntos en el Índice de Competitividad publicado por el Foro económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Ha mejorado su puntuación respecto al informe del año anterior en el que obtuvo 3,94 puntos. Está en el puesto 71 del ranking de competitividad mundial, de los 144 países analizados. Ha mejorado en este último informe su situación, ya que en 2013 estaba en el puesto 86. En la tabla mostramos la evolución de la posición de Ecuador en el Índice de Competitividad Global. Puedes ver un listado con la clasificación de todos los países clicando en GCI: Países por Índice de Competitividad y ver toda la información económica de Ecuador en Economía de Ecuador. (Datos Macro, 2014)

**Tabla 10****Ecuador - Índice de Competitividad Global**

FECHA	RANKING DE COMPETITIVIDAD	INDICE DE COMPETITIVIDAD
2014	71°	4,18
2013	86°	3,94
2012	101°	3,82
2011	105°	3,65
2010	105°	3,65
2009	104°	3,58
2008	103°	3,57
2007	94°	3,62

**Fuente: (Datos Macro, 2014)**

**2.1.1.14 Acuerdos Comerciales de Ecuador****Tabla 11****Acuerdos Comerciales de Ecuador**

ACUERDO COMERCIAL O RÉGIMEN PREFERENCIAL	PAÍSES	NORMATIVA EN MATERIA DE ORIGEN, SEGÚN ACUERDO O RÉGIMEN PREFERENCIAL	SISTEMA DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN	CRITERIO DE ORIGEN	ACCESO A MERCADOS
Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina)	Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador	<u>Decisión 416 de la Comisión de la Comunidad Andina</u>	Entidades Públicas y Privadas	<u>Normas para Calificación de Origen</u>	-
				<u>REOS CAN</u>	-
				<u>REOS PERÚ</u>	-
Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina)	Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador	<u>Decisión 417 de la Comisión de la Comunidad Andina</u>	Entidades Públicas y Privadas	-	-
				-	-

CONTINUÁ



<b>Convenio de complementación del sector Automotor</b>	Colombia, Ecuador y Venezuela	<u>Convenio de complementación del sector Automotor</u>	Entidades Públicas	-	-
				-	-
<b>Sustitución de las Resoluciones 336 y 442 de la Junta del Acuerdo de Cartagena sobre Requisitos Específicos de Origen para productos del sector automotor</b>	Colombia, Ecuador y Venezuela	<u>Resolución 323</u>	Entidades Públicas	-	-
				-	-
<b>Acuerdo sobre los procedimientos para implementación del requisito específico de origen del sector automotor</b>	Colombia, Ecuador y Venezuela	<u>Resolución 336</u>	Entidades Públicas	-	-
				-	-
<b>Acuerdo de Complementación Económica entre Ecuador y Guatemala</b>	Ecuador-Guatemala	<u>Anexo 3A y Anexo 3B, Apéndice I</u>	Entidades Públicas y Privadas	<u>Reglas de Origen</u>	-
				<u>Requisitos Específicos de Origen</u>	<u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>
<b>Sistema Generalizado de Preferencias-SGP</b>	Unión Europea	<u>Reglamento 1063/2010</u> <u>Reglamento 2454</u>	Entidades Públicas	<u>Reglas de Origen</u>	-
				<u>Requisitos Específicos de Origen</u>	-

CONTINÚA




<b>Trato Arancelario a las mercancías originarios del Ecuador en el marco de UE</b>	Unión Europea	<u>REGLAMENT O 1384 – 2014 – UE trato a Ecuador</u>	Entidades Públicas	–	–
		<u>REGLAMENT O 2913/92</u>		–	–
<b>Sistema Generalizado de Preferencias-SGP</b>	Canadá	<u>Manual sobre el esquema del Canadá</u>	Entidades Públicas	<u>Normas de Origen</u>	–
				–	–
<b>Sistema Generalizado de Preferencias-SGP</b>	Japón	<u>Manual sobre el esquema de Japón</u>	Entidades Públicas	<u>Normas de Origen</u>	–
				–	–
<b>Sistema Generalizado de Preferencias-SGP</b>	Suiza	<u>Manual sobre el esquema de Suiza</u>	Entidades Públicas	–	–
				–	–
<b>Sistema Generalizado de Preferencias-SGP</b>	Noruega	<u>Reglamento relativo al origen</u>	Entidades Públicas	–	–
				–	–
<b>Sistema Generalizado de Preferencias-SGP</b>	Turquía	<u>SGP-TURQUIA</u>	Entidades Públicas	–	–
				–	–

CONTINÚA





<b>Sistema Global de Preferencias comerciales entre países en desarrollo</b>	Países miembros del grupo de los 77	<u>Acuerdo sobre el Sistema Global de Preferencias comerciales entre países en desarrollo</u>	Entidades Públicas	<u>Normas de Origen</u>	–
				–	–
<b>Acuerdo Regional - Apertura de Mercados AR-AM No. 2</b>	Ecuador-Panamá-México	<u>Resolución 252 ALADI</u> <u>Acuerdo de Adhesión</u>	Entidades Privadas	<u>Calificación de Origen</u> <u>Requisitos Específicos de Origen</u>	– <u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>
<b>Acuerdo de Alcance Parcial No. 29</b>	Ecuador-México	<u>Resolución 252 ALADI</u> <u>Acuerdo de Adhesión</u>	Entidades Privadas	<u>Normas para Calificación de Origen</u> <u>Requisitos Específicos de Origen</u>	– <u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>
<b>Acuerdo de Complementación Económica No. 46</b>	Ecuador-Cuba	<u>Resolución 252 ALADI</u> <u>Acuerdo de Complementación</u>	Entidades Privadas	<u>Reglas de Origen</u> <u>Requisitos Específicos de Origen</u>	– <u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>
<b>Acuerdo de Complementación Económica No. 65</b>	Ecuador-Chile	<u>Resolución 252 ALADI</u> <u>Acuerdo de Complementación</u>	Entidades Privadas	<u>Reglas de Origen</u> <u>Requisitos Específicos de Origen</u>	– <u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>
<b>Acuerdo de Complementación Económica No. 59</b>	MERCOSU R- CAN	<u>Acuerdo de Complementación</u>	Entidades Privadas	<u>Criterios Para la Calificación de Origen</u>	–
				<b>CONTINÚA</b>	

				<u>Requisitos Específicos de Origen Sector Automotor</u>	Listado de productos que se benefician con preferencia:
					<u>Argentina</u>
				Requisitos Específicos ECU-ARG	<u>Brasil</u>
					<u>Paraguay</u>
				Requisitos Específicos ECU-BRA	<u>Uruguay</u>
				Requisitos Específicos ECU-PAR	
<b>Acuerdo de Alcance Parcial No. 14</b>	México – Panamá  (Beneficiarios Ecuador y Paraguay)	<u>Resolución 252 ALADI</u>  <u>Acuerdo</u>	Entidades Privadas	<u>Normas para Calificación de Origen</u>  <u>Requisitos Específicos de Origen</u>	–  <u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>
<b>Acuerdo Regional Relativo a la Preferencia Arancelaria Regional AR.PAR. No. 4</b>	Ecuador – Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguay, Cuba, Uruguay, Panamá	<u>Resolución 252 ALADI</u> <u>Acuerdo</u>  <u>Acuerdo de Adhesión Panamá</u>	Entidades Privadas	<u>Calificación de Origen</u>  —	—  <u>Listado de productos que se benefician con preferencia</u>

**Fuente:** (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

## **2.2 Trabajos o aplicaciones similares en otros contextos**

### **2.2.1 Algunos ejemplos de cómo medir la Competitividad**

La medición de la competitividad implica la determinación de los componentes o factores que la generan y el grado de impacto de los mismos. Así como existe una gran cantidad de definiciones para este término, también la hay de metodologías que buscan medir determinados elementos de la competitividad, basándose en diferentes factores condicionantes. (Rojas, Romero, & Sepúlveda, 2000)

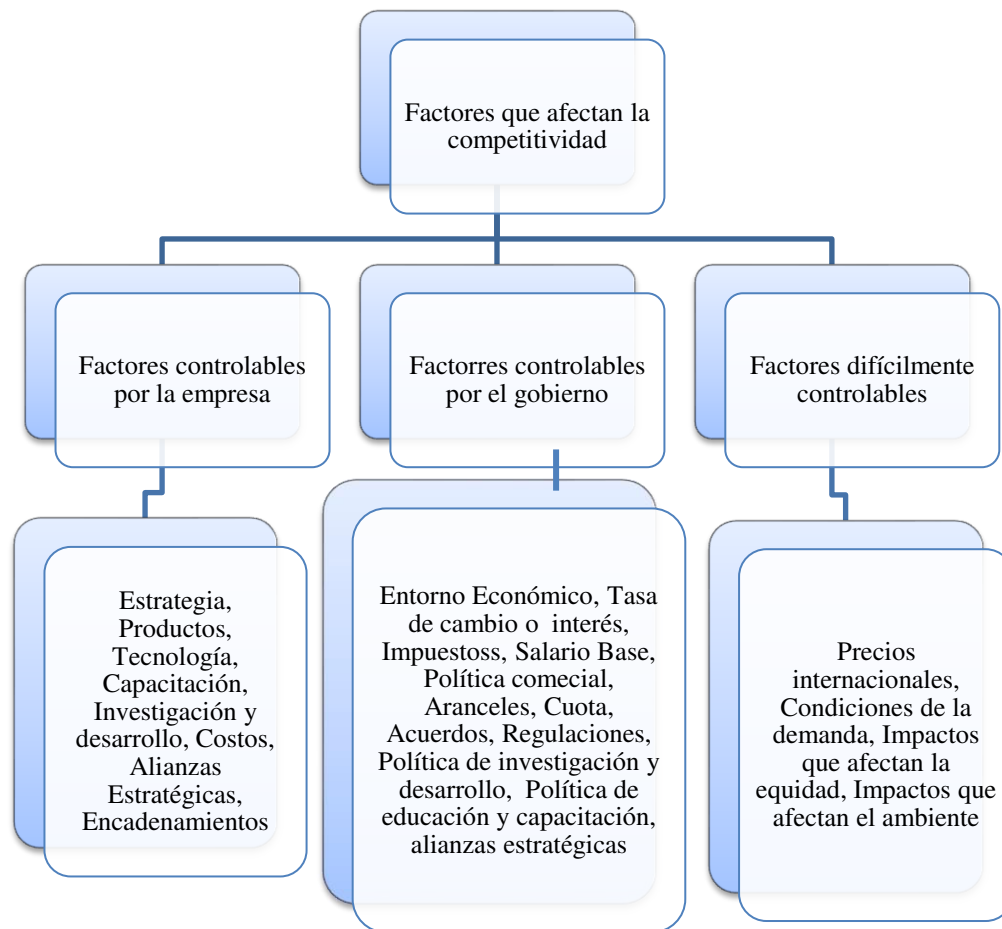
Para medir la competitividad se debe tomar en cuenta a factores internos de la empresa y factores sectoriales.

Factores internos a la empresa: Son los que aparecen bajo su ámbito de decisión y por medio de los cuales la empresa procura distinguirse de sus competidores. Entre ellos destacan: capacidad tecnológica y productiva, calidad de los recursos humanos, conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades, relaciones privilegiadas con los clientes y con los abastecedores de insumos, materias primas y bienes de capital.

Factores sectoriales: Si bien no son totalmente manejados por la empresa, están parcialmente en su área de influencia. Involucran el contexto decisional de las empresas y los productores, el cual es fundamental para la definición de las estrategias competitivas. Entre ellos destacan:

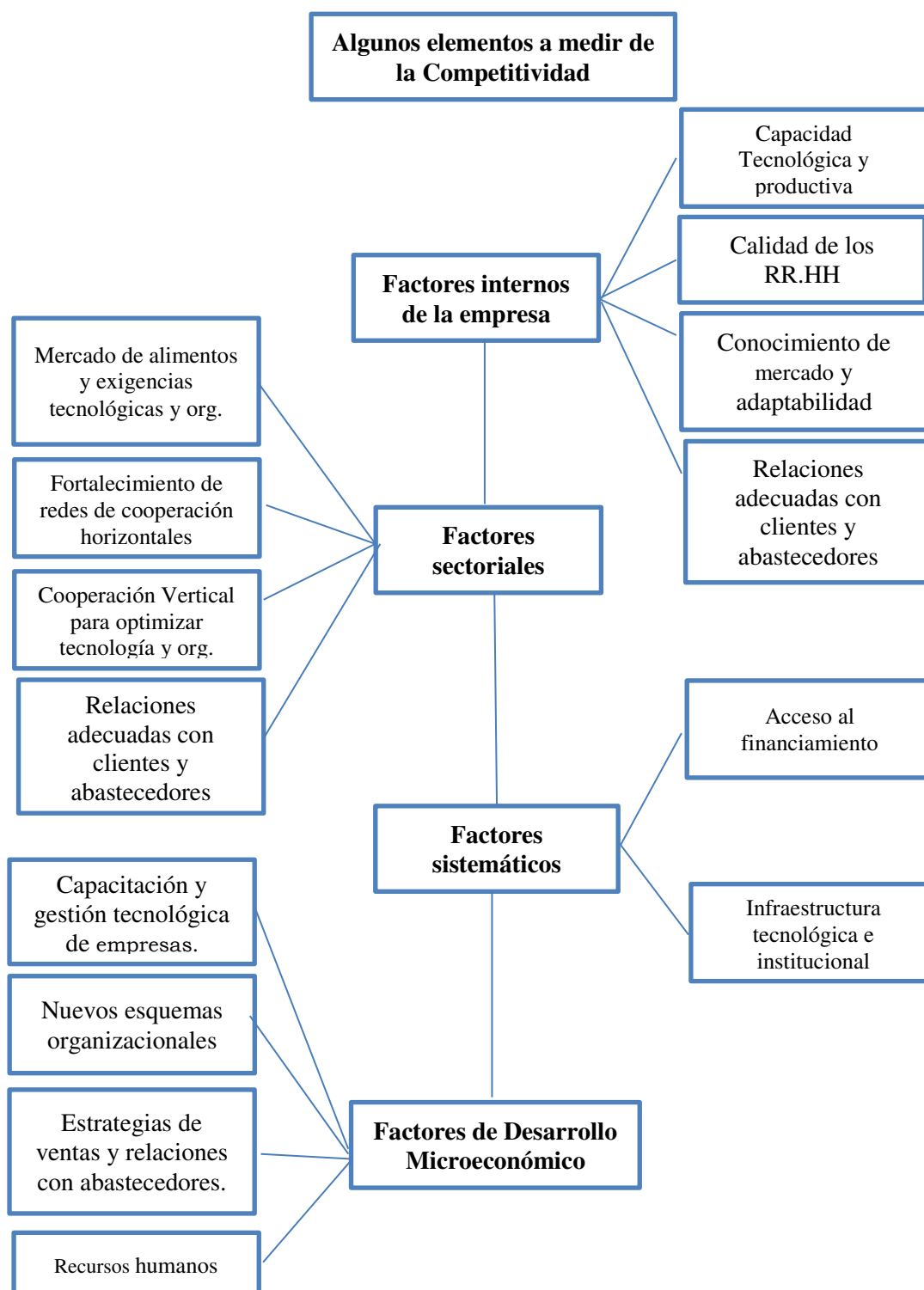
- Mercados de alimentos y exigencias tecnológicas y organizacionales.
- Fortalecimiento de las redes cooperativas horizontales.
- La cooperación vertical para optimizar capacidades tecnológicas y organizacionales.
- La promoción de la competencia.

(Rojas, Romero, & Sepúlveda, 2000)



**Figura 20 Factores que afectan la competitividad**

**Fuente:** (Rojas, Romero, & Sepúlveda, 2000)



*Figura 21 Algunos elementos a medir de la Competitividad*

**Fuente:** (Rojas, Romero, & Sepúlveda, 2000)

## **2.2.2 Factores determinantes de la competitividad empresarial**

Nivel Micro: Aspectos determinantes de la competitividad sistémica a nivel micro: Capacidad de gerencia, Diseño de estrategias empresariales, Gestión de la innovación, Aplicación de las mejores prácticas a lo largo de toda la cadena de valor, Integración en redes de cooperación tecnológica, Reorganización de la logística entre empresas , Promoción de la interacción de proveedores, productores y clientes. (Avalos Rocca, 2009)

## **2.3 Definiciones y los conceptos teóricos sobre el asunto en investigación**

### **2.3.1 Cadena de valor**

La definición de la cadena de valor de una empresa puede ser: un sistema de actividades interdependientes, que se conexionan mediante ciertos enlaces cobra importancia en la identificación de los factores de competitividad de la empresa. (Hernández Contreras, 2014)

### **2.3.2 La teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante**

Esta teoría de Hirschma procura mostrar cómo y cuándo la producción de un sector es suficiente para satisfacer el umbral mínimo o escala mínima para hacer atractiva la inversión en otro sector que éste abastece (encadenamiento hacia atrás) o procesa (hacia delante). Por ciento, toda actividad está eslabonada con otras. Estos encadenamientos adquieren significación cuando una inversión atrae o hace rentable otra en la misma región.

Los encadenamientos dependen tanto de factores de demanda (la demanda derivada de insumos y factores) como de su relación con factores tecnológicos y productivos (el tamaño óptimo de planta). Asimismo el desarrollo de los encadenamientos hacia delante depende en forma sustancial de la similitud tecnológica. Dado que el aprendizaje y

dominio de una tecnología tiene externalidades si la tecnología de procesamiento no es demasiado disímil. (Perego, 2003)

### **2.3.3 Encadenamiento Productivo**

El concepto de encadenamiento productivo viene usándose desde hace mucho tiempo atrás en el desarrollo local, es potente como articulador de actividades económicas que juntan producción con comercialización, da sustento a estrategias de financiamiento rural y de especialización productiva. (Valerazo & Torres, 2004).

### **2.3.4 Relaciones comerciales**

Estudia los tipos de intercambios: forma libre y distante, son las transacciones gobernadas por las reglas del mercado y son relaciones de naturaleza puramente económica. (Cruz, 1999)

### **2.3.5 Asociatividad**

Son actividades surgidas como estrategias de supervivencia, en el marco de relaciones que se fortalecen, se acrecientan y sedimentan en un entorno social que va adquiriendo perfiles característicos; también configurar un sistema cognitivo común, una forma particular de saber hacer. Este elemento actúa como refuerzo de la identidad que fue dada desde el territorio. (Valdez, 2007)

### **2.3.6 Matriz productiva**

El modelo actual de matriz productiva ha caracterizado la economía del Ecuador al convertirlo en un país proveedor de materia prima en el mercado internacional y a su vez un ente importador de bienes y servicios pero los significantes cambios en precios internacionales han desequilibrado la balanza comercial en el país.

El actual modelo de matriz productiva tiene un enfoque concentrador, excluyente y basado en recursos naturales para el cual el actual gobierno propone el cambio por un

modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos. (Villena, 2015).

### **2.3.7 Balanza Comercial**

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

### **2.3.8 PIB**

El PIB mide el valor monetario de los bienes y servicios finales —es decir, los que adquiere el consumidor final— producidos por un país en un período determinado (por ejemplo, un trimestre o un año), y cuenta todo el producto generado dentro de las fronteras. Abarca los bienes y servicios producidos para la venta en el mercado, pero incluye también otros, como los servicios de defensa y educación suministrados por el gobierno. Un concepto parecido, el PNB o producto nacional bruto, comprende todo lo producido por los residentes de un país. Por lo tanto, si una empresa de propiedad alemana tiene una fábrica en Estados Unidos, su producción forma parte del PIB estadounidense, pero del PNB alemán. No todas las actividades productivas están reflejadas en el PIB. Por ejemplo, el trabajo no remunerado (ya sean tareas domésticas o la labor de voluntarios) y las operaciones del mercado negro están excluidas porque son difíciles de medir y valorar correctamente. (Callen, 2008)

### **2.3.9 Deuda externa**

El Banco Central del Ecuador pone a disposición del público las estadísticas de la deuda externa, tanto pública como privada. Las estadísticas de la deuda pública, incluyen los movimientos por concepto de desembolsos, amortizaciones, intereses y otros cargos financieros; tanto por acreedor como por deudor. La deuda por acreedor,



presenta el movimiento de los préstamos clasificados entre organismos internacionales, gobiernos, bancos proveedores y de financiamiento de Balanza de Pagos; en tanto que la deuda pública por deudor presenta el movimiento de los préstamos del sector público no financiero (SPNF) y sector público financiero.

Por otra parte, las estadísticas de la deuda externa privada corresponden a los préstamos que de conformidad a la legislación vigente, deben ser registrados por ese sector en el Banco Central del Ecuador. La información incluye el movimiento de la deuda (desembolsos, amortizaciones, intereses y otros cargos financieros) tanto por modalidad del préstamo como por plazo (corto y largo plazo). (Banco Central del Ecuador, Deuda Externa, 2015)

### **2.3.10 Inflación**

El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares. Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de

elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida. Adicionalmente, no se trata solo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios. (Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes , 2015)

### **2.3.11 Tasas de interés**

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube. Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado; la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación.

### **2.3.12 Tasa Activa Referencial**

Tasa Activa Referencial es igual al promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo. (Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes , 2015)

### **2.3.13 Tasa Pasiva Referencial**

Tasa Pasiva Referencial, igual a la tasa nominal promedio ponderada semanal de todos los depósitos a plazo de los bancos privados, captados a plazos de entre 84 y 91 días. (Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes , 2015)

### **2.3.14 Salario Básico**

Es aquella parte del salario que se mantiene fija sin importar cualquier tipo de contingencia o circunstancia a la cual se haya visto sometido el trabajador durante el mes, eso sí, la condición siempre y cuando haya trabajado todo el mes. (Definición ABC, 2015)

### **2.3.15 Salario Mínimo Vital**

El mínimo vital hace referencia el ingreso mínimo que requiere una persona para solventar o cubrir sus necesidades humanas básicas como la alimentación, vivienda, transporte, vestido, educación, salud, recreación entre otras. Una persona requiere de unas condiciones mínimas para vivir una vida digna, sin restricciones y carencias básicas, muchas de ellas elementales hasta en el mundo animal.

### **2.3.16 Salario Real**

Es el salario expresado en medios de vida y servicios de que dispone el trabajador; indica la cantidad de artículos de consumo y de servicios que puede comprar un trabajador con su salario nominal (en dinero). La magnitud del salario real es determinada por la dimensión del salario nominal y también por el nivel de los precios de los artículos de consumo y servicios, por la altura de los alquileres por los tributos que se impone a los obreros. (EUMED, Diccionario de economía política, 2015)

### **2.3.17 Riesgo País**

Indicador construido a partir de la diferencia entre la tasa de interés que debe pagar un país para colocar sus bonos de deuda y la tasa que pagan los bonos del tesoro de los EEUU. Introduce la evaluación de factores políticos e institucionales al análisis económico. (EUMED, Diccionario de economía política, 2015)

### **2.3.18 Incoterm**

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional. (Businesscol, 2015)

### **2.3.19 Ex – Works (Ex-Works, Ex-Factory)**

El vendedor ha cumplido su obligación de entrega al poner la mercadería en su fábrica, taller, etc. a disposición del comprador. No es responsable ni de cargar la mercadería en el vehículo proporcionado por el comprador ni de despacharla de aduana para la exportación, salvo acuerdo en otro sentido. El comprador soporta todos los gastos y riesgos de retirar la mercadería desde el domicilio del vendedor hasta su destino final. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

### **2.3.20 FAS (Free alongside ship - Libre al costado del buque)**

La abreviatura va seguida del nombre del puerto de embarque. El precio de la mercadería se entiende puesta a lo largo (costado) del navío en el puerto convenido, sobre el muelle o en barcazas, con todos los gastos y riesgos hasta dicho punto a cargo del vendedor. El comprador debe despachar la mercadería en aduana. Este término

puede usarse solamente para el transporte por mar o vías acuáticas interiores. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

#### **2.3.21 FOB (Free on Board - Libre a bordo)**

Va seguido del puerto de embarque, ej. FOB Algeciras. Significa que la mercadería es puesta a bordo del barco con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya pasado la borda del barco, con el flete excluido. Exige que el vendedor despache la mercadería de exportación. Este término puede usarse solamente para el transporte por mar o vías acuáticas interiores. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

#### **2.3.22 FCA (Free carrier - Franco Transportista - libre transportista)**

El vendedor cumple con su obligación al poner la mercadería en el lugar fijado, a cargo del transportista, luego de su despacho de aduana para la exportación. Si el comprador no ha fijado ningún punto específico, el vendedor puede elegir dentro de la zona estipulada el punto donde el transportista se hará cargo de la mercadería. Este término puede usarse con cualquier modo de transporte, incluido el multimodal. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

#### **2.3.23 C&F (Cost & Freight - Costo y Flete)**

La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino. El precio comprende la mercadería puesta en puerto de destino, con flete pagado pero seguro no cubierto. El vendedor debe despachar la mercadería en Aduana y solamente puede usarse en el caso de transporte por mar o vías navegables interiores. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

#### **2.3.24 CIF (Cost, Insurance & Freight - Costo, Seguro y Flete)**

La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino y el precio incluye la mercadería puesta en puerto de destino con flete pagado y seguro cubierto. El vendedor

contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El vendedor sólo está obligado a conseguir un seguro con cobertura mínima. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

### **2.3.25 CPT (Carriage paid to -Transporte Pagado Hasta)**

El vendedor paga el flete del transporte de la mercadería hasta el destino mencionado. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercadería ha sido entregada al transportista. El vendedor debe despachar la mercadería para su exportación. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

### **2.3.26 CIP (Carriage and Insurance Paid to - Transporte y Seguro pagados hasta)**

El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT, pero además debe conseguir un seguro a su cargo. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

### **2.3.27 DAT (Delivered Duty Paid - Entrega derechos pagados)**

El vendedor asume las mismas obligaciones que en D.D.U. más los derechos, impuestos y cargas necesarias para llevar la mercadería hasta el lugar convenido. (EUMED, Términos Comerciales Internacionales, 2015)

### **2.3.28 DAP (Entregada en el Lugar/Punto)**

Cuando se realiza una negociación con el término DAP, implica que el comprador será el responsable de entregar la mercancía en el lugar convenido sin que descargue la mercancía del medio de transporte contratado por él, pero preparadas para su descarga.

Si el vendedor realiza la descarga en el lugar de destino, el vendedor no tiene derecho a recuperar dichos costos por parte del comprador salvo acuerdo en contrario entre las partes. (Comercio y Aduanas, 2015)

### **2.3.29 DDP - Delivered Duty Paid (Entregado Derechos Pagados, lugar de destino convenido)**

El término DDP significa el máximo de obligaciones para el vendedor y no debe utilizarse si el vendedor no puede obtener la licencia de importación.

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. (Area de Pymes, 2010)

### **2.3.30 BPA (Buenas Prácticas Agrícolas)**

Las disposiciones contenidas en la presente resolución son aplicables a los predios agrícolas donde se cultivan diferentes tipos de productos, la infraestructura, las instalaciones, los equipos, los utensilios, los insumos agrícolas, el agua y el personal sometido a las regulaciones de esta resolución. (AGROCALIDAD, 2009)

### **2.3.31 EUREPGAP**

Los requisitos de EUREPGAP sobre sanidad y rastreo de los alimentos exigen al productor establecer un sistema completo de control, para que todos los productos sean registrados y pueda rastrearse dónde fueron producidos. Además, se deben mantener registros, por ejemplo, sobre el uso específico que se le dio a la tierra, los tratamientos con plaguicidas y la rotación de cultivos a lo largo del tiempo. Los requisitos de EUREP son relativamente flexibles en cuanto a la fumigación de suelos, el uso de fertilizantes, la protección de cultivos, etc., pero son estrictos en cuanto al almacenamiento de plaguicidas y la necesidad de documentar y justificar la manera en que se cultivó el producto y qué uso se le dio al terreno. (Food and Agriculture Organization of the USA, 2015)

### **3.3.32 GLOBALGAP**

La Norma GLOBALG.A.P. Para Frutas y Hortalizas cubre todas las etapas de la producción, desde las actividades pre-cosecha, tales como la gestión del suelo y las aplicaciones de fitosanitarios, hasta la manipulación del producto post-cosecha, el empaque y almacenamiento. (GLOBALGAP, 2015)

### **3.3.33 BRC**

El Estándar Mundial del BRC (Consortio Británico de Minoristas) para la Seguridad de los Alimentos se creó para asegurar el cumplimiento de los proveedores y asegurar la habilidad de los minoristas para garantizar la calidad y seguridad de los productos alimenticios que venden. Hoy se utiliza a nivel mundial como un marco asistido a cualquier negocio (minoristas y procesadores) en la producción de alimentos seguros y en la selección de proveedores confiables. (DNV Business Assurance, 2015)

### **3.3.34 BCS**

BCS ÖKO-GARANTIE llega a Ecuador en 1998 cuando comienza a trabajar con ciertas empresas pioneras en la producción orgánica en el país. A partir de este primer paso, se desarrolla y se establece como empresa en Riobamba en 2002. De ahí se sigue penetrando el área de producción orgánica en el Ecuador llegando hasta la actualidad a cubrir más del 70% de la certificación de productos orgánicos que se comercializan dentro y fuera del país. (BCS Ecuador, 2015)

### **3.3.35 FLO**

FLOCERT es el certificador independiente para Fairtrade. Al comprobar el cumplimiento de los Criterios Fairtrade, la empresa garantiza que los criterios económicos, sociales y ambientales pertinentes se cumplen y que los productores reciben el Precio Mínimo y la Prima Fairtrade. (Fairtrade International, 2015)



### **3.3.36 SPP**

El SPP representa la alta calidad de los productos de los pequeños productores organizados de su trabajo en favor de una vida digna en las comunidades, de las economías locales y de la salud y el medio ambiente de productores y consumidores. (Símbolo de Pequeños Productores, 2015)

### **3.3.37 ISO 9001**

Cada seis meses, un agente de certificadores realiza una auditoría de las empresas registradas con el objeto de asegurarse el cumplimiento de las condiciones que impone la norma ISO 9001. De este modo, los clientes de las empresas registradas se libran de las molestias de ocuparse del control de calidad de sus proveedores y, a su vez, estos proveedores sólo deben someterse a una auditoría, en vez de a varias de los diferentes clientes. Los proveedores de todo el mundo deben ceñirse a las mismas normas. (Herramientas para sistemas de calidad, 2015)

### **3.3.38 PRIMUSLAB**

El sistema de Certificación de producto de Primus Laboratorios de México está diseñado para verificar la calidad de productos agrícolas bajo la reglamentación de México Calidad Suprema y como Organismo de Certificación está acreditado ante La Entidad Mexicana de Acreditación, con el número 52/11. Los Productos que certifican son: Ajo, lechuga, espárragos, tomate, brócoli y apio. (PRIMUSLAB, 2015)

### **3.3.39 OHSAS**

La norma OHSAS 18001 establece los requisitos mínimos de las mejores prácticas en gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Trabaje con nosotros para integrar la norma OHSAS 18001 en su empresa y podrá obtener el máximo desempeño para sus empleados, sus operaciones y sus clientes. (BSI, 2015)

### **3.3.40 USDA**

La certificación orgánica USDA es relevante para productores, procesadores, distribuidores y otros manejadores de alimentos, fibras y productos de cuidado personal. Las normas reconocidas NOP de USDA, son reconocidas por Canadá y todos los países de la UE. Para algunos países, puede requerirse una adenda a ser completada al momento de la auditoría. (SCS Global Services, 2015)

### **3.3.41 Sello Verde**

Sello Verde es una certificación de carácter ecológico de educación ambiental que avala experiencias, procesos, ecosistemas y personajes que aportan al equilibrio ambiental o a la vida en el planeta. También es un espacio que, de manera didáctica, pretende mostrar procesos para que los espectadores puedan replicar. (Sello Verde, 2015)

### **3.3.42 BPM**

Personas naturales o jurídicas que se dedican a fabricar, elaborar, procesar, envasar, almacenar, transportar, comercializar, distribuir, preparar, empacar y manipular productos de uso y consumo humano. (ARCSA, 2015)

### **3.3.43 BASC (Business Alliance for Secure Commerce)**

Los elementos que cubre esta norma son todos esenciales para un sistema eficaz de Gestión de Control y Seguridad en el Comercio Internacional. Los factores humanos, incluyendo la cultura, políticas, etc., dentro de las organizaciones, pueden crear o

destruir la eficacia de cualquier sistema de administración y se deben considerar cuidadosamente al implementar esta norma. (BASC, 2015)

### 3.3.44 FSSC 22000

El estándar FSSC 22000 fue desarrollado por Foundation for Food Safety Systems Certification (FSSC). Este estándar es una herramienta completa de seguridad alimentaria que se basa en los en el estándar de gestión ISO 22000:2005 y el programa de pre-requisitos para seguridad alimentaria en la producción de alimentos PAS 220:2008. (Intertek, 2015)

## 2.4 Análisis comparativo y crítico.

**Tabla 12 Análisis Comparativo Competitividad**

	Algunos elementos a medir de la Competitividad	Factores determinantes de la competitividad empresarial
<b>Análisis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia</li> <li>• Productos</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Investigación y desarrollo</li> <li>• Costos</li> <li>• Alianzas Estratégicas</li> <li>• Encadenamientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de gerencia.</li> <li>• Diseño de estrategias empresariales.</li> <li>• Gestión de la innovación.</li> <li>• Aplicación de las mejores prácticas a lo largo de toda la cadena de valor.</li> <li>• Integración en redes de cooperación tecnológica.</li> <li>• Reorganización de la logística entre empresas.</li> <li>• Promoción de la interacción de proveedores, productores y clientes.</li> </ul>

**Fuente: Elaboración propia**

Para el análisis de la actividad comercial entre los agroexportadores y los pequeños productores es necesario analizar la competitividad empresarial, a través de este estudio se puede determinar las variables que inciden en la actividad comercial y determinar los requerimientos de los agroexportadores.

Las variables a utilizar se destacan en ambos modelos, y se interrelacionan entre sí ya que entre ellas coinciden y para el presente estudio se utilizarán el primer modelo ya que expresa de manera concreta las variables que se utilizarán en la encuesta.

### **Capítulo III: Marco metodológico**

#### **3.1 Análisis situacional**

El sector agroexportador en el Ecuador nació hace más de un siglo, sin embargo no estaba en manos empresariales, estaba a cargo de terratenientes / exportadores que tenían mano de obra no asalariada y asalariada ya que estas personas en su necesidad de trabajar no imponían condiciones, al contrario las acataban.

La economía Ecuatoriana se vio dinamizada gracias a la producción agrícola a lo largo de los años generando empleo a personas de región sierra, costa y Amazonía.

En los años de 1820 – 1920 se da el auge cacaotero, una de las mejores épocas de Ecuador, la región costa era la zona privilegiada de estas plantaciones para lo cual se necesitaba el recurso humano que se encargue de las tierras, y por esta razón existen migraciones hacia la costa ecuatoriana ya que personas de la sierra migraban en busca de plazas de trabajo. Además se da la urbanización acelerada en lugares cercanos a los puertos marítimos.

En el año de 1948, nace el auge bananero producto que logra que el Ecuador se ubique en primer lugar en temas de exportación.

En la década de los 60 se dieron cambios diversos en la economía del país por la caída del precio del cacao y por la disminución en las exportaciones del banano. Los conflictos en los grupos de interés de las clases dominantes entre la región costa y sierra cada vez eran más graves. Esto llevó a tomar medidas extremas y es así como se crea la reforma agraria.

La Reforma Agraria de 1964 fue claramente el eje que aglutinó las fuerzas modernizante. Aunque el impacto sobre la distribución de la tierra es limitado, la reforma significó el punto sin retorno para las formas feudales de producción como huasipungo y el inicio de cambios estructurales en el uso de la tierra, el balance entre o diferentes cultivos y la aplicación de tecnologías para la modernización del campo.

Todas esas medidas se debieron tomar por el auge del petróleo ya que minimizo el crecimiento económico de esos sectores y por el contrario el petróleo experimentaba el acelerado crecimiento en la economía ecuatoriana, su participación perduró durante años inclusive hasta la actualidad aunque no cuente con el mismo auge.

Los productores en la actualidad ya sean pequeños o grandes, deben afrontar ciertos limitantes como los requisitos extranjeros que son de peso así como la migración de la mano de obra campesina, sus hijos y familia salen a otros lugares por estudios. Otro factor que genera problemas es su capacidad escasa de negociación o de incursión en nuevos mercados locales y extranjeros.

Los principales productos de exportación en el Ecuador son:

- El café
- El cacao
- El banano
- Caña
- Arroz
- Flores
- Frutas
- Cebada
- Algodón

### **3.2 Métodos cualitativos**

Para el presente proyecto de investigación se utiliza una encuesta de opinión ejecutiva adaptada del Foro Económico Mundial, esta encuesta es de carácter cualitativo pero para su medición se toman herramientas cuantitativas de tabulación.

A través de la técnica de Delphi se determina que: Exista el anonimato de los participantes menos del investigador, que haya una retroalimentación controlada, que no se requiera la presencia física de los encuestados ya que se puede enviar vía e-mail la encuesta, Impide que un miembro del grupo pueda ser influenciado por otro.

Las fases en la aplicación de la técnica Delphi:

#### **1. Determinar el problema de estudio.**

Deficiente relación comercial entre los agroexportadores y los pequeños productores de la zona Nor-central de la provincia de Pichincha.

#### **2. Selección del panel de expertos.**

Los 35 expertos seleccionados fueron escogidos al azar de las bases de FEDEXPOR, AGROCALIDAD, Integrantes de Comercio Justo de PROECUADOR, clientes de empresas logísticas, Directorio de exportadores por producto y por destino del Banco Central del Ecuador. Se realizó el contacto vía telefónica para primero concretar citas para la validación de la encuesta y luego para el envío on-line de la encuesta. ( Anexo C)

#### **3. Elaboración de los cuestionarios.**

(Anexo B)

#### **4. Envío del primer cuestionario.**

Se validó el instrumento con 7 personas y empresas agroexportadoras de productos hortícolas/frutícolas y derivados, para realizar los cambios recomendados.

#### **5. Análisis del primer cuestionario.**

Se realizaron cambios en cuanto a las preguntas relacionadas al grado de percibibilidad de los productos de exportación.

#### **6. Envío del segundo cuestionario.**

El envío on-line se realizó a los 35 encuestados nuevamente para que una vez corregidas las preguntas sean encuestadas nuevamente aquellos que fueron validados.

### **3.3 Determinación de variables relevantes**

#### **3.3.1 Variables Independientes**

Las variables independientes se analizarán a través de la metodología de cómo medir la competitividad escogida, estas variables son: Estrategia, producto, tecnología, capacitación, investigación y desarrollo, costos, alianzas estratégicas, encadenamientos.

#### **3.3.2 Variable Dependiente**

La variable dependiente del presente caso de estudio es la competitividad, considerando que tiene inmersa ciertas gestiones ya sea de producto, de marketing, de operaciones; y por ende son similares a las variables independientes antes mencionadas.

### 3.4 Matriz de cuestionario

A pesar de ser una investigación cualitativa- descriptiva, es necesario la aplicación de un método que facilite la obtención de datos para recolectar información. Se realizara mediante la aplicación de una encuesta de opinión ejecutiva adaptada del Foro Económico Mundial y que está basada en la competitividad.

**Tabla 13**

#### *Matriz de planteamiento del cuestionario*

<b>Variables Genéricas</b>	<b>Variables Específicas</b>	<b>Escala</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Opciones de Respuesta</b>
<b>DATOS</b>	Nombre	Nominal	Nombre de la empresa	Varios
	Exportación de productos agrícolas	Nominal	¿Exporta productos agrícolas?	1) Si 2) No
	Provincia, Cantón, Ciudad	Nominal	¿En qué provincia, cantón y ciudad se localiza su puesto de trabajo?	Varios
	Provincia, Cantón, Ciudad	Nominal	¿En qué país, provincia y ciudad se localiza la sede central de su trabajo? ( En caso de ser empresa extranjera)	Varios
	Empleados	Nominal	¿Cuántos empleados tiene su empresa en el país en el que usted trabaja?	1) Menos de 9 2) De 51-100 3) De 10-24 4) De 101-250 5) De 25- 50 6) Mayor a 251

CONTINÚA





	Ingresos	Nominal	¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa provienen de exportaciones?	1) Ninguno 2) 25% o menos 3) 26-50% 4) Más del 50%
	Tipo de Producto	Nominal	Tipos de productos de exportación	1) Frutícolas 2) Hortícolas 3) Ambos 4) Otros
	Registro de su empresa	Nominal	Tipo de registro de su empresa	1) Acopio 2) Comercializador 3) Asociación 4) Exportador 5) Productor/exportador 6) Otro
	Región	Nominal	¿En qué región se encuentran ubicadas en su mayoría las empresas que proveen de productos de exportación a su empresa?	1) Costa 2) Sierra 3) Oriente
	Productos de exportación	Nominal	Productos de exportación	Varios
	Destinos de exportación	Nominal	Destinos de las exportaciones	Varios
	Medios de transporte	Nominal	¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación?	1) Marítimo 2) Aéreo 3) Terrestre
	Toma de decisiones	Nominal	¿La toma de decisiones en su empresa se base en?	1) Conocimientos 2) Experiencia 3) Otros
	Relación con clientes	Escala	¿Cómo evaluaría la relación con sus clientes?	1) Extremadamente mala 2) Mala 3) Regular 4) Extremadamente buena
<b>PRODUCTO</b>	Ingresos	Nominal	¿Cuál es el producto de mayor rotación en su empresa?	Varios

CONTINÚA



Abastecimiento	Nominal	¿Es suficiente el abastecimiento actual de productos?	1) Si 2) No
Percibilidad	Nominal	De los siguientes productos de exportación, determine del 1- 5 el grado de durabilidad de cada uno de ellos (1 es menor y 5 el mayor grado).	1) No perecible 2) Poco perecible 3)Percible 4)Muy perecible 5)Altamente perecible
Calidad	Nominal	¿Su empresa cuenta con un departamento de control de calidad?	1) Si 2) No
Calidad	Nominal	Seleccione las certificaciones que posee su empresa:	1) B.P.A. (Buenas Prácticas Agrícolas) 2) GLOBALG.A.P (Norma mundial de BPA) 3) IFC (International Food Standard) 4) BRC (Consortio Británico de Minoristas) 5) MTD (Mosca de trampa al día) 6) EUREPGAP (Euro-Retailer Produce Working Group – EUREP) 7) Otros (especifique) 8) Ninguno / No sabe / No posee
Calidad	Escala	En base al Tamaño, Grados de Maduración y Daños Físicos ¿Cómo evaluaría la calidad de sus proveedores locales?	1) Extremadamente mala 2) Mala 3) Regular 4) Extremadamente buena
Abastecimiento	Nominal	¿Cuál de las siguientes opciones considera al momento de abastecerse de productos para la exportación?	1) Producción Propia 2) Productor Directo 3) ComercIALIZADORES 4) Centros de Acopio

CONTINÚA



<b>CAPACITACIÓN</b>	Capacitaciones	Nominal	¿Su empresa realiza capacitaciones constantes?	1) Si	2) No
	Capacitaciones	Escala	¿En qué medida invierte la empresa en el desarrollo y la capacitación de los empleados?	1) Bajo	2) Regular 3) Medio 4) Alto
	Capacitaciones	Escala	¿En qué medida invierte el estado en el desarrollo y la capacitación de los empleados?	1) Bajo	2) Regular 3) Medio 4) Alto
<b>INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA Y DESARROLLO</b>	Capacidad tecnológica y productiva	Nominal	¿Su empresa cuenta con el equipamiento necesario para la transformación de productos hortícolas/frutícolas?	1) Si	2) No
	Capacidad tecnológica y productiva	Nominal	¿Considera Ud. que la innovación, tecnología y desarrollo son elementos esenciales para las relaciones comerciales tanto nacionales como internacionales?	1) Si	2) No
	Innovación	Escala	¿En qué medida las nuevas empresas con ideas innovadoras pueden crecer?	1) Bajo	2) Regular 3) Medio 4) En gran medida
	Innovación	Escala	¿En qué medida las TICs permiten nuevos modelos de negocio?	1) Bajo	2) Regular 3) Medio 4) En gran medida
	Capacidad gerencial	Escala	¿Considera necesaria en su empresa la utilización de las TICs para realizar transacciones con otras empresas?	1) Bajo	2) Regular 3) Medio 4) En gran medida

CONTINÚA



<b>ESTRATEGIAS</b>	Estrategia	Nominal	¿En qué se basa la ventaja competitiva de su empresa para introducirse en los mercados internacionales?	1) Se basa costos 2) Se basa en productos diferenciados.
	Estrategia	Escala	¿En qué medida tiene su empresa presencia en la cadena de valor?	1) Extracción y producción 2) Acopio 3) Comercialización 4) Presencia total en la cadena de valor
<b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS</b>	Alianzas estratégicas	Nominal	¿Su empresa cuenta con alianzas estratégicas? En caso de no contar con ninguna siga a la sección 7.	1) Si 2) No
	Alianzas estratégicas	Nominal	Las alianzas estratégicas son con empresas:	1) Nacionales 2) Internacionales 3) Ambos 4) Ninguno
	Alianzas estratégicas	Nominal	¿Considera Ud. que las alianzas estratégicas influyen en la competitividad a nivel nacional e internacional?	1) Si 2) No
<b>ENCADENAMIENT O</b>	Encadenamientos productivos	Nominal	¿En su actividad, considera que los encadenamientos productivos y clusters (grupo de empresas con la misma actividad) son una estrategia para fortalecer a las micro y pequeñas empresas?	1) Si 2) No
	Puntualidad	Nominal	Sus actuales canales de distribución garantizan la puntualidad en la entrega de los productos?	1) Si 2) No
	Ingresos	Nominal	De acuerdo a la clase de producto seleccione cual es el que genera la mayor ingreso por la actividad exportadora:	1) Frutícolas 2) Hortícolas 3) Otros

CONTINÚA



	Encadenamiento s productivos	Nominal	¿Considera Ud. que su empresa está en capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a los pequeños productores de mancomunidades una vez que hayan cumplido con sus requerimientos?	1) Si    2) No
<b>COMERCIO INTERNACIONAL E INVERSIÓN</b>	Limitantes	Ordinal	De la siguiente lista, seleccione los cinco factores más problemáticos para la exportación de su país y clasifíquelos de 1 (el más problemático) a 5:	a. ___ Identificación de mercados y compradores potenciales b. ___ Acceso a financiamiento para el comercio c. ___ Cumplimiento de requisitos: Fitosanitarios y límites de residuos de plaguicidas d. ___ Dificultad en alcanzar los requisitos de calidad/cantidad de los compradores e. ___ Costos elevados o retrasos causados por el transporte domestico
	Conocimiento del mercado y adaptabilidad	Nominal	¿Qué INCOTERM utiliza su empresa para la exportación del producto?	1) Ex Works (Fuera de fábrica) 2) FAS Free Along side Ship Franco al costado del buque (puerto de carga convenido). 3) FOB Free On Board o Franco a bordo. 4) FCA Free Carrier To o franco transportista

CONTINÚA



			5) C&F Cost and Freight 'coste y flete o CFR (puerto de destino convenido)
			6) CIF Cost, Insurance and Freight
			7) CPT Carriage Paid To transporte pagado hasta (lugar de destino convenido)
			8) CIP Carriage and Insurance Paid (To) transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido)
			9) Delivered At Terminal (DAT) Entregado en terminal (puerto de destino convenido)
			10) Delivered At Place '(DAP) entregado en un punto (lugar de destino convenido)
			11) Delivered Duty Paid (DDP): 'entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)
Aranceles	Escala	¿En qué medida los aranceles afectan la exportación?	1) No afectan 2) Afectan regularmente 3) Afectan medianamente 4) Afectan en gran medida

CONTINÚA



Financiamiento	Escala	¿Cuán fácil es obtener financiamiento para comercializar a un precio asequible (p.ej., letras comerciales, giros comerciales, pagos por adelantado, operaciones por cuenta corriente)?	1) Extremadamente difícil 2) No tan difícil 3) Medianamente difícil 4) Extremadamente difícil
Conocimiento del mercado y adaptabilidad	Nominal	De la siguiente lista de productos, en caso de no disponerlos en su empresa, escoja los que estarían en capacidad de exportación:	<b>HORTALIZAS</b> 1) Frejol 2) Maíz 3) Papa 4) Tomate de riñón 5) Vainita 6) Pepinillo 7) Pimiento 8) Morochillo 9) Zanahoria Amarilla 10) Zanahoria Blanca 11) Hortalizas 12) Frejol Toa 13) Aji 14) Lechugas 15) Camote 16) Cebada 17) Habas 18) Alverja 19) Cebolla Paiteña 20) Trigo 21) Zambo 22) Zapallo <b>FRUTAS</b> 23) Mandarina 24) Aguacate 25) Chirimoya 26) Limón 27) Naranja 28) Guayaba 29) Tomate de árbol 30) Lima 31) Babaco 32) Mora 33) Caña de azúcar 34) Naranjilla 35) Sábila 36) Café 37) Plátano 38) Yuca

**Fuente: Elaboración propia**

## Capítulo IV: Marco empírico

### 4.1 Análisis de datos

#### 4.1.1 Análisis Univariado

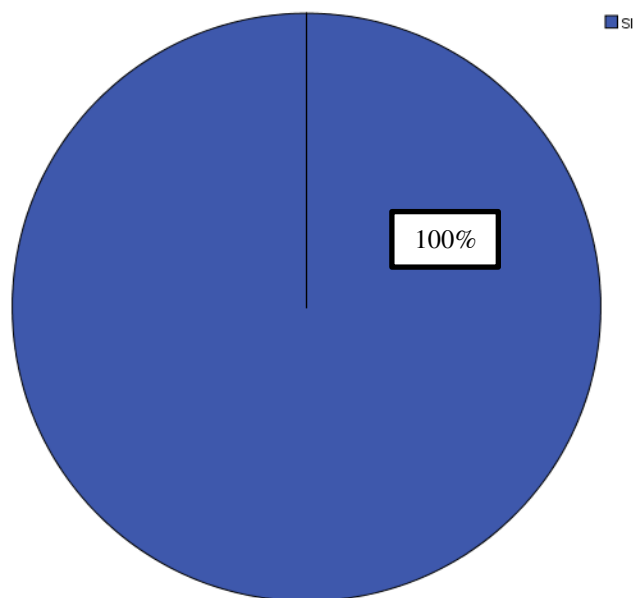
##### 4.1.1.1 ¿Exporta productos agrícolas o derivados?

*Tabla 14*

*¿Exporta productos agrícolas o derivados?*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	35	100	100	100

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 22 Porcentaje de empresas o personas exportadoras de productos agrícolas*

**Fuente:** Investigación de campo

La pregunta de decisión para el presente proyecto de investigación es para filtrar obligatoriamente a las empresas que exporten productos agrícolas ya sean hortícolas, frutícolas, florícolas o derivados, es decir que hayan sido sujetos a cualquier tipo de transformación en el proceso productivo y que hayan adquirido valor.



El resultado generado es del 100% ya que se toma en cuenta a la totalidad de la muestra que son 35 empresas que si exportan sus productos agrícolas, abarcando a empresas de todo el país

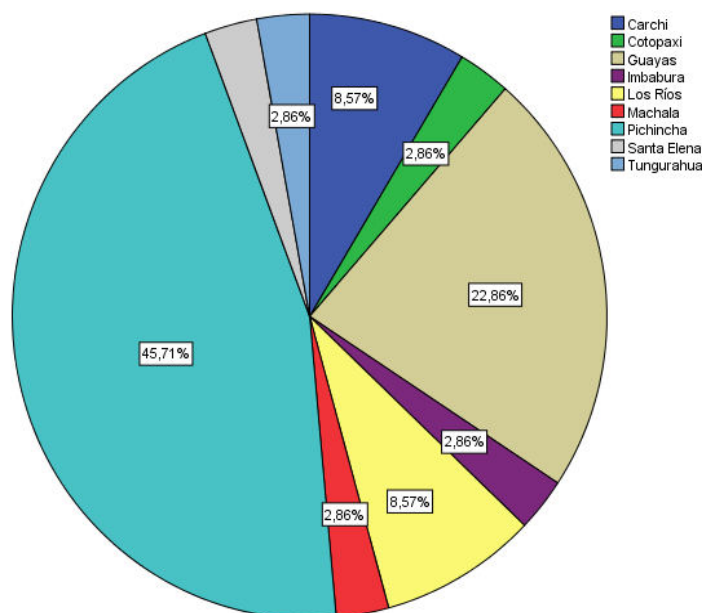
#### 4.1.1.2 ¿En qué provincia se localiza su puesto de trabajo?

*Tabla 15*

*Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Carchi	3	8,6	8,6	8,6
	Cotopaxi	1	2,9	2,9	11,4
	Guayas	8	22,9	22,9	34,3
	Imbabura	1	2,9	2,9	37,1
	Los Ríos	3	8,6	8,6	45,7
	Machala	1	2,9	2,9	48,6
	Pichincha	16	45,7	45,7	94,3
	Santa Elena	1	2,9	2,9	97,1
	Tungurahua	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 23** Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo

**Fuente:** Investigación de campo

La provincia en la que más se concentran los agroexportadores encuestados es Pichincha con un 45,71%, esto se debe a que por efectos del estudio, los pequeños productores están localizados en la zona Nor-central de esta provincia y puede facilitar a futuro cualquier tipo de negociación y comercialización por la cercanía.

En segundo lugar se encuentra la provincia del Guayas con un 23%, debido a que al tener la disponibilidad del puerto marítimo más importante del país, existe una gran cantidad de empresas agroexportadoras que fueron localizadas.

En tercer lugar están localizadas las provincias del Carchi y los Ríos con un 8,6%, y esto se debe a que en el Carchi es factible a exportación al estar en la frontera con Colombia; y en el caso de los Ríos tiene cercanía a la provincia del Guayas y esto hace que facilite la logística y los costos de los productos a ser exportados.

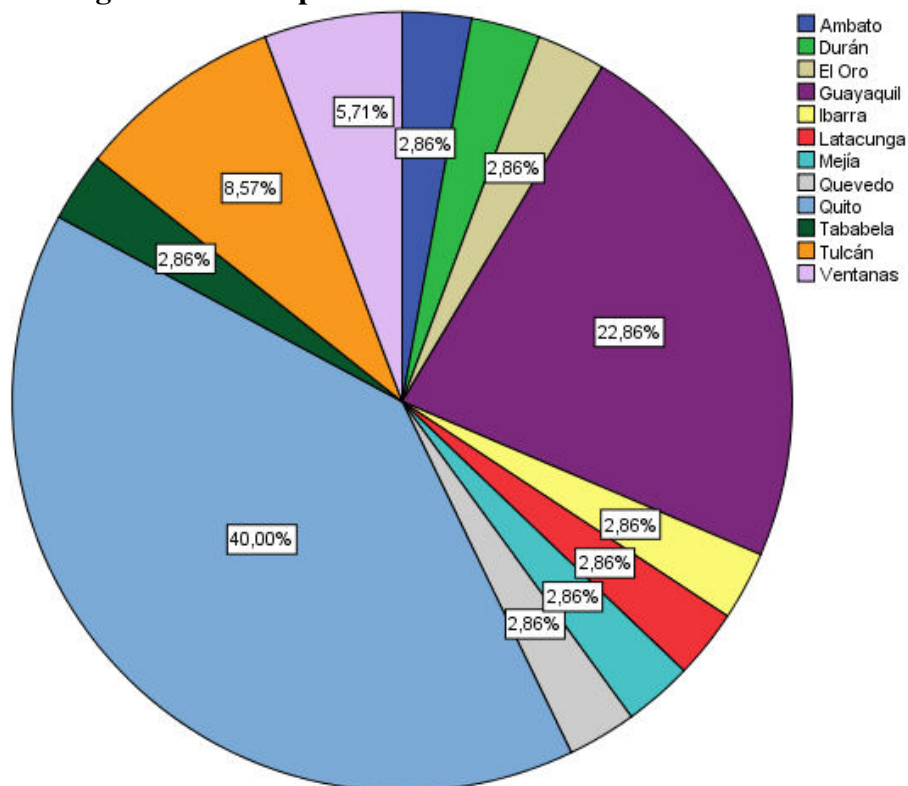
### 4.1.1.3 ¿En qué cantón se localiza su puesto de trabajo?

**Tabla 16**

*Cantón en el que se localiza el puesto de trabajo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ambato	1	2,9	2,9	2,9
	Durán	1	2,9	2,9	5,7
	El Oro	1	2,9	2,9	8,6
	Guayaquil	8	22,9	22,9	31,4
	Ibarra	1	2,9	2,9	34,3
	Latacunga	1	2,9	2,9	37,1
	Mejía	1	2,9	2,9	40
	Quevedo	1	2,9	2,9	42,9
	Quito	14	40	40	82,9
	Tababela	1	2,9	2,9	85,7
	Tulcán	3	8,6	8,6	94,3
	Ventanas	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de Campo**



**Figura 24** Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo

**Fuente: Investigación de campo**

El 40% de los encuestados mencionó que su puesto de trabajo reside en el cantón Quito, es decir casi la mitad de los encuestados se localizan en esta ciudad.

En segundo lugar está Guayaquil con un 23%, ya que posee el puerto marítimo a su disposición.

En tercer lugar se encuentra la ciudad de Tulcán al ser límite exacto en la frontera con Colombia y a pesar de que en la actualidad se encuentre considerada como zona deprimida por el gobierno nacional, las exportaciones se siguen realizando con normalidad.

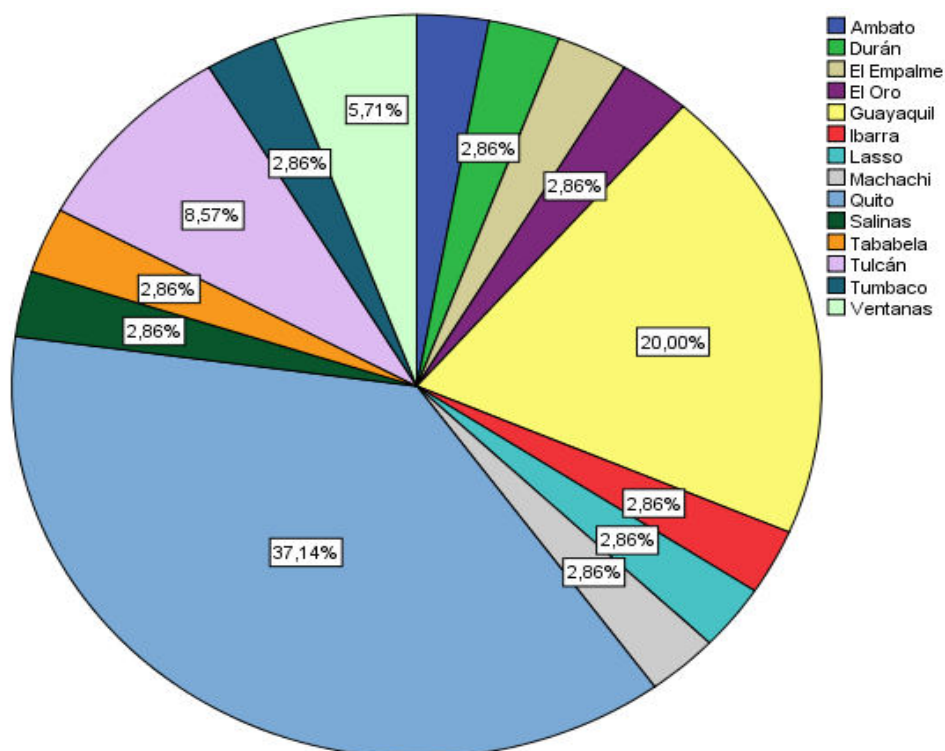
#### 4.1.1.4 ¿En qué ciudad se localiza su puesto de trabajo?

*Tabla 17*

*Ciudad en la que se localiza el puesto de trabajo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Ambato	1	2,9	2,9	2,9
	Durán	1	2,9	2,9	5,7
	El Empalme	1	2,9	2,9	8,6
	El Oro	1	2,9	2,9	11,4
	Guayaquil	7	20	20	31,4
	Ibarra	1	2,9	2,9	34,3
	Lasso	1	2,9	2,9	37,1
	Machachi	1	2,9	2,9	40
	Quito	13	37,1	37,1	77,1
	Salinas	1	2,9	2,9	80
	Tababela	1	2,9	2,9	82,9
	Tulcán	3	8,6	8,6	91,4
	Tumbaco	1	2,9	2,9	94,3
	Ventanas	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de Campo**



**Figura 25 Provincia en la que se localiza el puesto de trabajo**

**Fuente: Investigación de campo**

La ciudad de Quito encabeza la lista con un 37,14% al ser la ciudad más cercana a la zona-norcentral de la provincia de Pichincha.

En segundo lugar se encuentra la ciudad de Guayaquil por estar directamente relacionada con el puerto marítimo más importante del país, dándole importancia a la opinión de esta ciudad existe el 20% de encuestados.

En tercer lugar con un 8,6% se encuentra la ciudad de Tulcán que tiene facilidad de exportar sus productos a Colombia, quien se ha convertido en una clase de intermediario al tener mejores relaciones comerciales con otros países y logra exportar productos ecuatorianos.

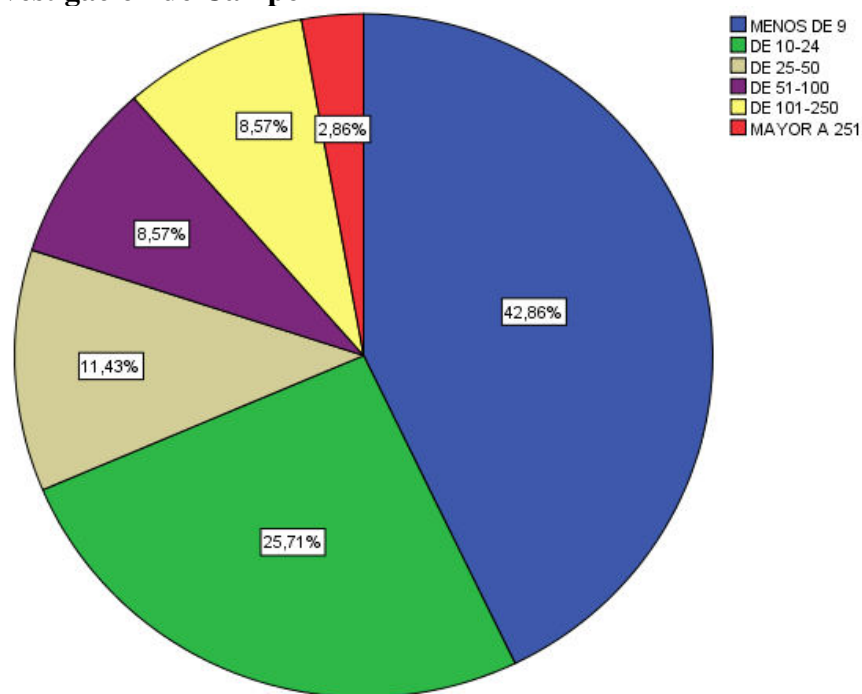
#### 4.1.1.5 ¿Cuántos empleados tiene su empresa en el país que usted trabaja?

*Tabla 18*

##### *Número de empleados de la empresa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	MENOS DE 9	15	42,9	42,9	42,9
	DE 10-24	9	25,7	25,7	68,6
	DE 25-50	4	11,4	11,4	80
	DE 51-100	3	8,6	8,6	88,6
	DE 101-250	3	8,6	8,6	97,1
	MAYOR A 251	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de Campo**



*Figura 26 Número de empleados de la empresa*

**Fuente: Investigación de campo**

El 42,86% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas posee menos de 9 empleados en el lugar en el que reside la empresa, esto se debe a que 15 de los encuestados eran personas naturales y los 20 restantes eran empresas.

En segundo lugar se encuentra de 10 a 20 empleados con un 25,71% y en tercer lugar de 25 a 50 empleados con un 11,43%. Solo una empresa menciona tener más de 251 empleados.

Por el momento es más fácil acceder a una empresa que se considere pequeña o mediana ya que están en etapa de crecimiento y aun no cuentan con el reconocimiento.

Otro hallazgo es que a pesar de contar con pocos empleados se realizan exportaciones de productos agrícolas y esto demuestra que se está en capacidad de conformar asociaciones a futuro.

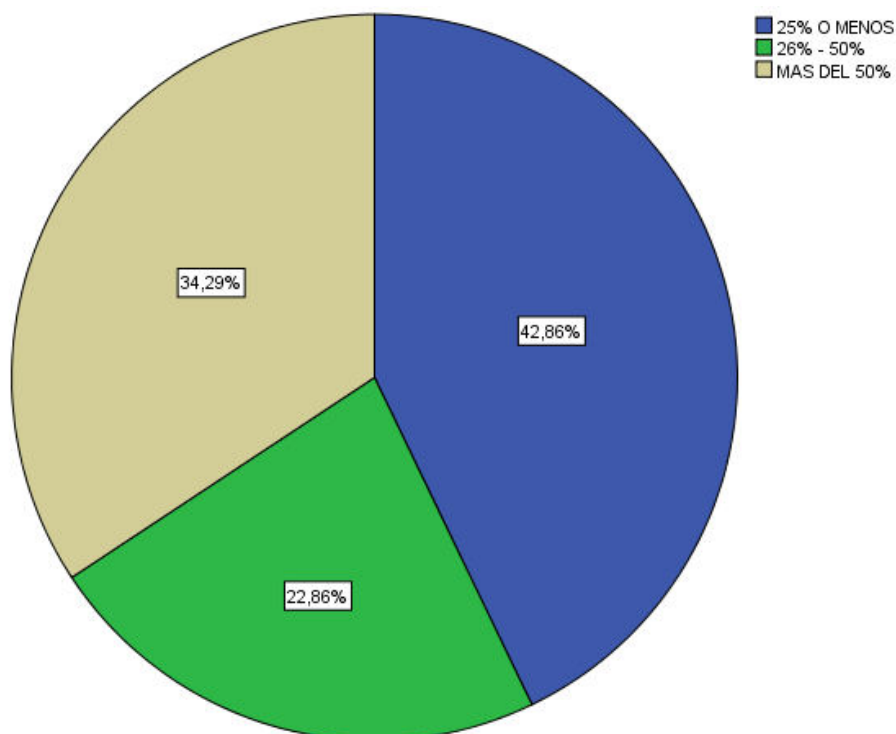
#### 4.1.1.6 ¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa proviene de las exportaciones?

*Tabla 19*

##### *Porcentaje de los ingresos por las exportaciones*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	25% O MENOS	15	42,9	42,9	42,9
	26% - 50%	8	22,9	22,9	65,7
	MAS DEL 50%	12	34,3	34,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 27 Porcentaje de los ingresos por las exportaciones**

**Fuente: Investigación de campo**

En primer lugar está que el 25% o menos de los ingresos de las empresas provienen de las exportaciones con un 42,9%; la razón es porque las empresas también abastecen el mercado local, ya sea en su provincia o a nivel nacional.

En segundo lugar se encuentra que más del 50% de los ingresos de las empresas agroexportadoras provienen de la exportación con un 34,3% el motivo es porque hay personas naturales que solo realizan exportaciones y no abastecen el mercado local.



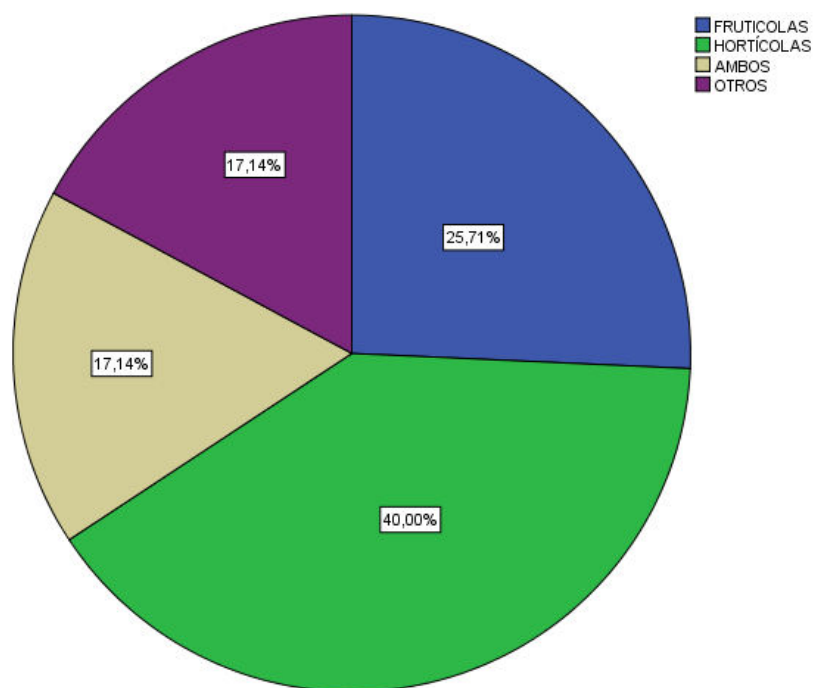
#### 4.1.1.7 Productos que exporta

**Tabla 20**

**Productos que exporta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FRUTICOLAS	9	25,7	25,7	25,7
	HORTÍCOLAS	14	40	40	65,7
	AMBOS	6	17,1	17,1	82,9
	OTROS	6	17,1	17,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 28 Productos que exporta**

**Fuente: Investigación de campo**

El 40% de los encuestados exporta en su mayoría productos hortícolas, el 25,7% exporta solo productos frutícolas, y las empresas y personas que exportan ambas clases de productos representan el 17,1% así como también las empresas que exportan otra clase de productos como las flores y las rosas.

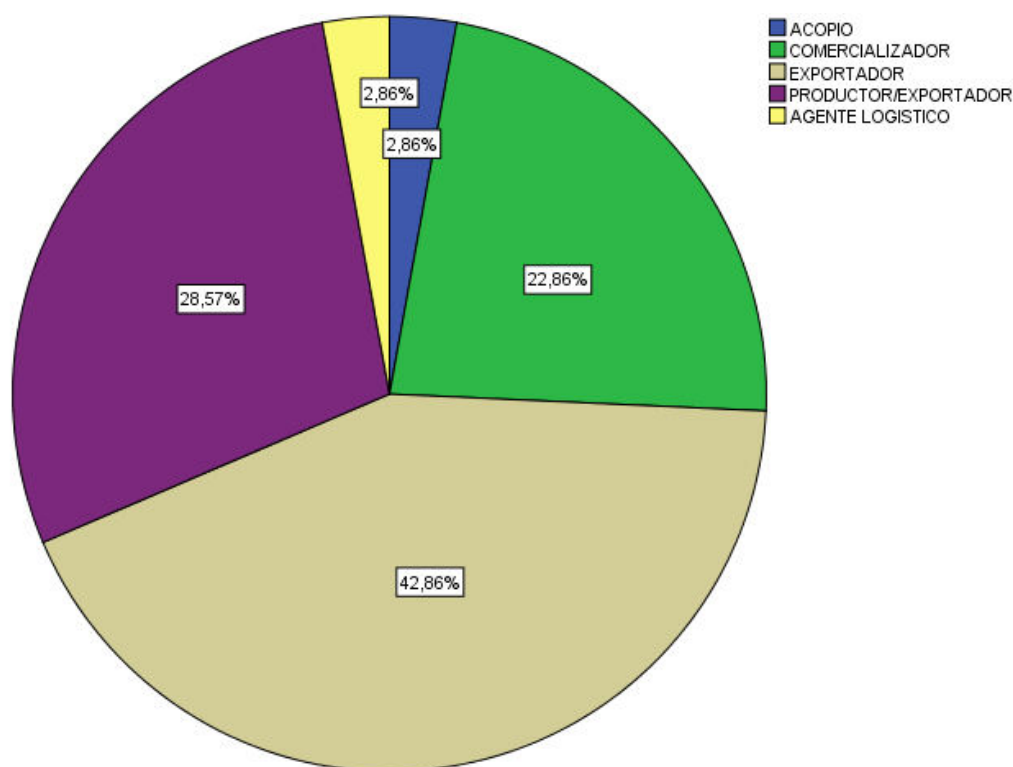
#### 4.1.1.8 Tipo de registro de su empresa

*Tabla 21*

*Tipo de registro de su empresa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ACOPIO	1	2,9	2,9	2,9
	COMERCIALIZADOR	8	22,9	22,9	25,7
	EXPORTADOR	15	42,9	42,9	68,6
	PRODUCTOR/EXPORTADOR	10	28,6	28,6	97,1
	AGENTE LOGISTICO	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 29 Tipo de registro de su empresa*

**Fuente: Investigación de campo**

El 42,9 % de las empresas y personas agroexportadoras están registradas como exportadoras, mientras que el 28,6% está registrado como productor/exportador y es

porque ellos mismo se auto abastecen y tienen su producción propia sin necesidad de recurrir a un productor directo o intermediarios.

En tercer lugar están los comercializadores con un 22,9% este grupo está representado por personas que actúan como intermediarios; son aquellos que acuden donde el pequeño productor o van a los centros de acopio para la venta a grandes empresas o exportaciones esporádicas.

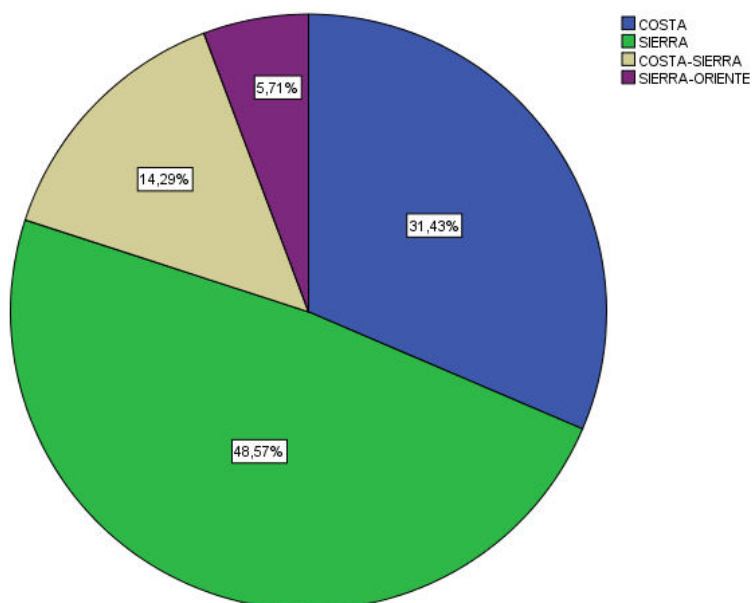
#### **4.1.1.9 ¿En qué región se encuentran ubicadas las empresas que proveen de productos de exportación?**

*Tabla 22*

*Región en la que se ubican los proveedores de productos de exportación*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	COSTA	11	31,4	31,4	31,4
	SIERRA	17	48,6	48,6	80
	COSTA-SIERRA	5	14,3	14,3	94,3
	SIERRA-ORIENTE	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 30** *Región en la que se ubican los proveedores de productos de exportación*

**Fuente:** Investigación de campo

El 48,6% de proveedores de productos para la exportación se encuentran en la sierra, y esto se debe a que las empresas encuestadas en su mayoría están localizadas en la provincia de Pichincha; esto es favorable en la investigación ya que existe una oportunidad para la mancomunidad que se está tomando en cuenta.

En segundo lugar está la región costa con un 31,4% y es porque un gran número de empresas encuestadas se ubica en la provincia del Guayas.

En tercer lugar con el 14,3% se encuentran las empresas que proveen de productos para la exportación pertenecientes a la región sierra y costa.

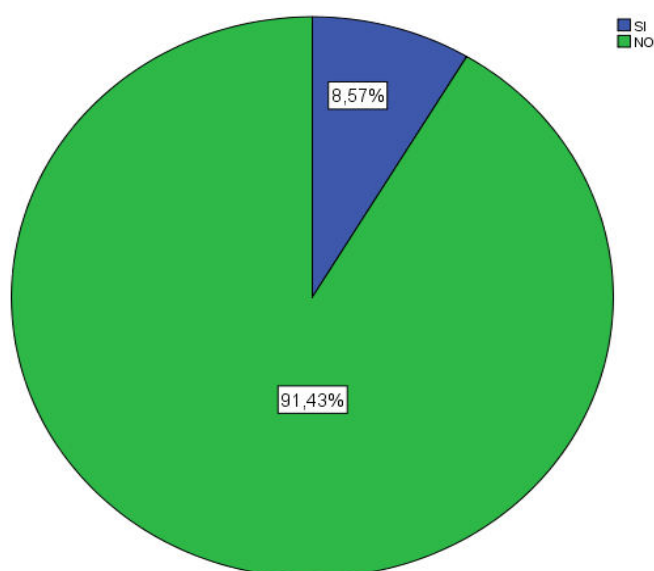
#### 4.1.1.9 ¿Exporta cebolla?

*Tabla 23*

*Exportación de cebolla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 31 Exportación de cebolla*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8.6% de encuestados mencionaron que si exportan cebolla y por otro lado en su mayoría el 91,4% no exporta este producto. Uno de los motivos por el que no exportan este producto es porque tiene un nivel medio de perecibilidad.

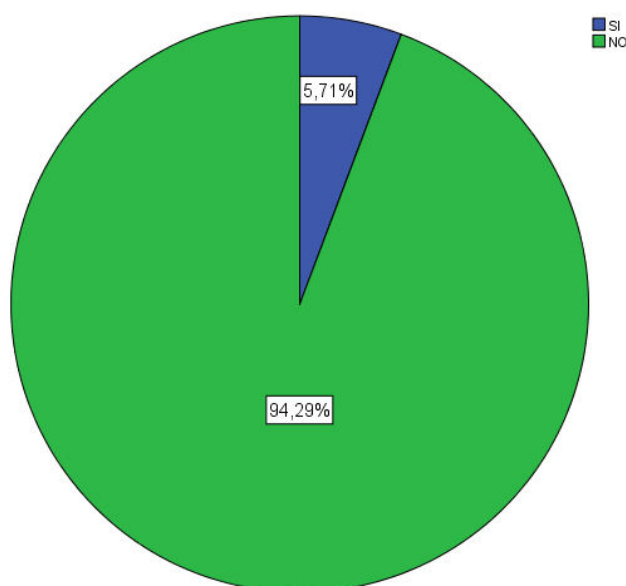
#### 4.1.1.10 ¿Exporta sandía?

*Tabla 24*

##### *Exportación de sandía*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
<b>Total</b>		35	100	100	

**Fuente: Investigación de Campo**



*Figura 32 Exportación de sandía*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,7% de encuestados mencionaron que si exportan sandía y por otro lado en su mayoría el 94,3% no exporta este producto. Uno de los motivos por el que no exportan este producto es porque lo consideran perecible.

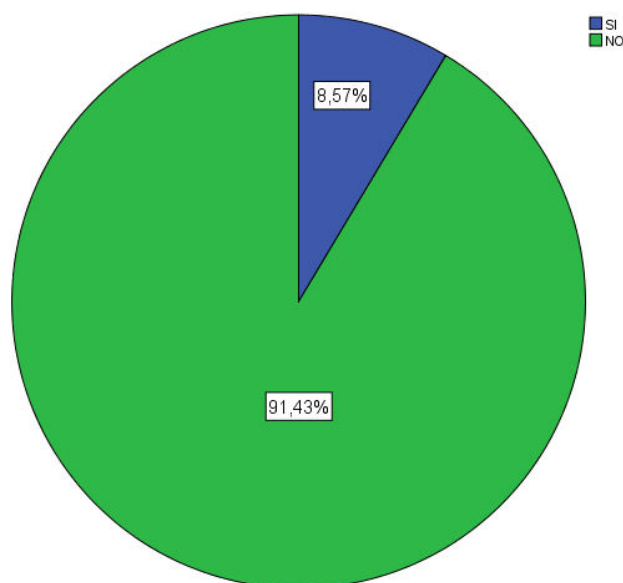
#### 4.1.1.11 ¿Exporta arroz?

*Tabla 25*

##### *Exportación de arroz*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 33** *Exportación de arroz*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8.6% de encuestados mencionaron que si exportan arroz y por otro lado en su mayoría el 91,4% no exporta este producto. Uno de los motivos por el que no exportan este producto es porque hay encuestados que lo consideran altamente perecible.

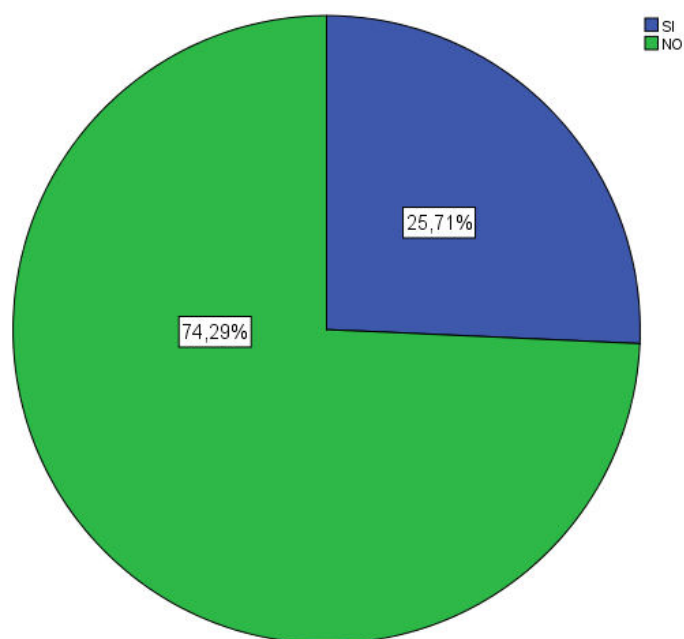
#### 4.1.1.12 ¿Exporta fréjol?

*Tabla 26*

*Exporta fréjol*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	9	25,7	25,7	25,7
	NO	26	74,3	74,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 34 Exportación de arroz*

**Fuente: Investigación de campo**

El 25,71% de encuestados mencionaron que si exportan fréjol y por otro lado en su mayoría el 74,29% no exporta este producto. Sin embargo es uno de los productos de mayor exportación de las empresas y personas agroexportadoras.



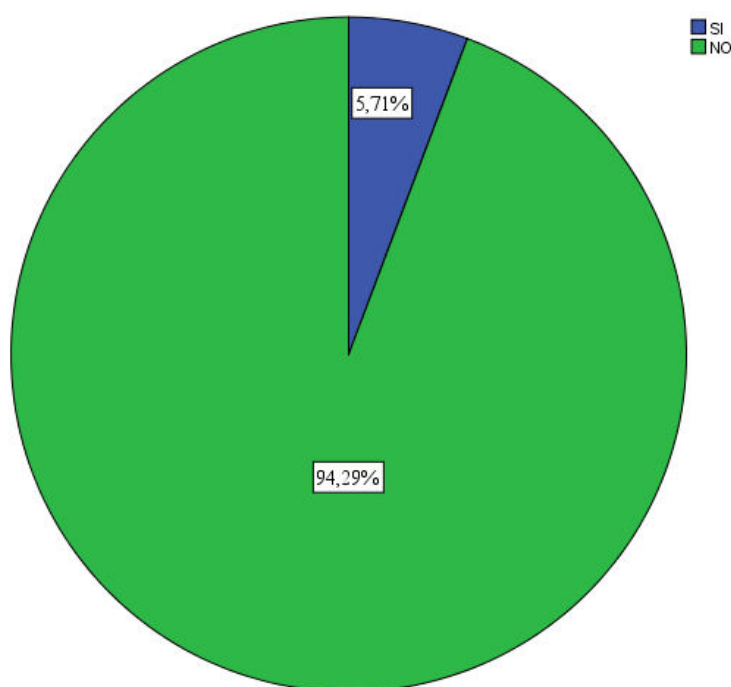
#### 4.1.1.12 ¿Exporta banano?

*Tabla 27*

*Exportación de banano*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 35 Exportación de banano*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan banano y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. Sin embargo es uno de los productos de mayor exportación en el país pero lamentablemente la zona-norcentral de la provincia de Pichincha no está preparada para abastecer una producción con alta demanda.

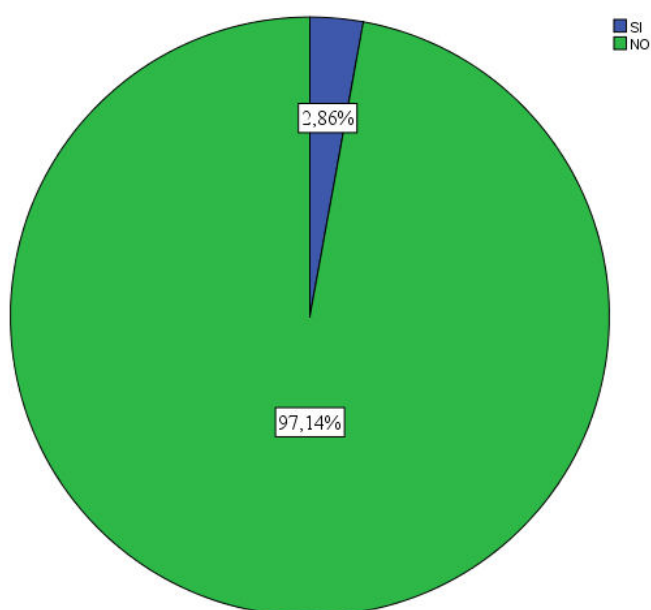
#### 4.1.1.13 ¿Exporta fréjol gandul?

*Tabla 28*

*Exportación de fréjol gandul*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 36 Exportación de fréjol gandul*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan fréjol gandul y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. Sin embargo es uno de los productos que posee la mancomunidad del caso de investigación y se puede identificar oportunidades.

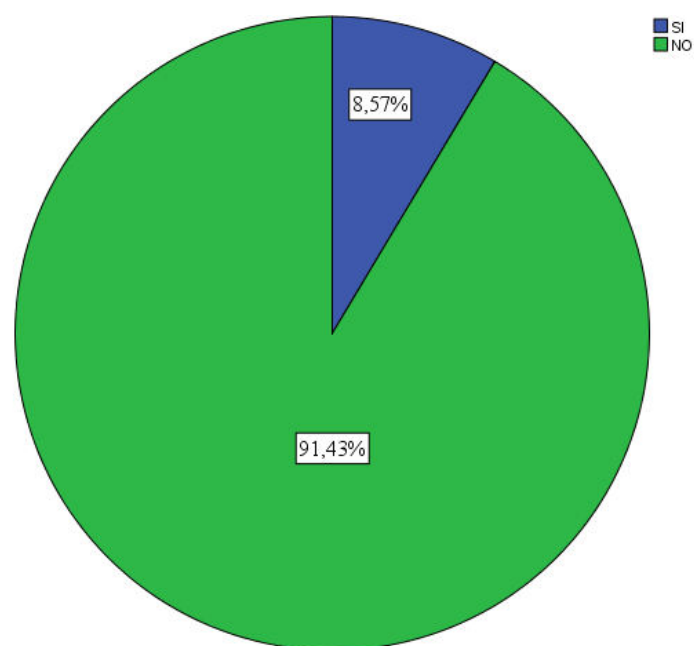
#### 4.1.1.13 ¿Exporta aguacate?

*Tabla 29*

##### *Exportación de aguacate*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
<b>Total</b>		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 37** *Exportación de aguacate*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan aguacate y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Sin embargo es uno de los productos que está en buena época y con anhelos de exportación.

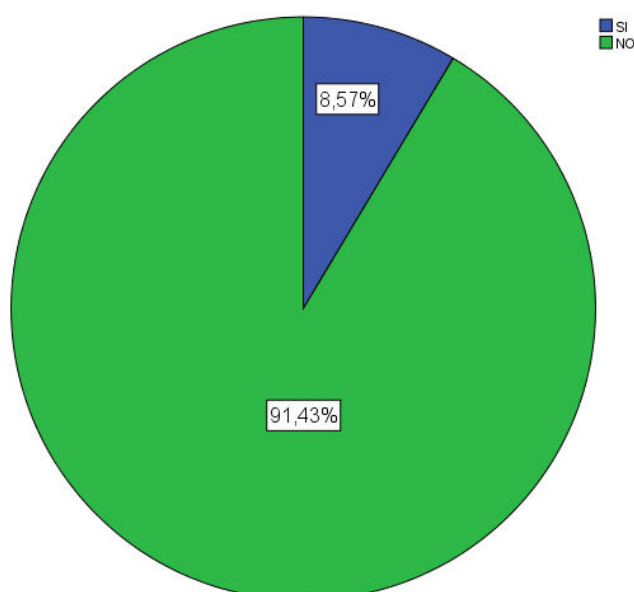
#### 4.1.1.14 ¿Exporta tomate de árbol?

**Tabla 30**

**Exportación de tomate de árbol**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de Campo**



**Figura 38 Exportación tomate de árbol**

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan tomate de árbol y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Sin embargo es uno de los productos que produce la mancomunidad con un volumen extenso y que podría a futuro identificar oportunidades con las personas y empresas que no lo exportan.

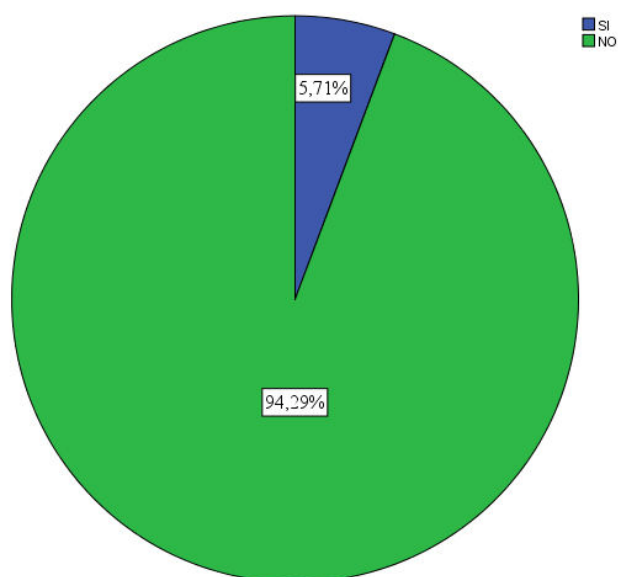
#### 4.1.1.15 ¿Exporta granadilla?

*Tabla 31*

##### *Exportación de granadilla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 39 Exportación de granadilla*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan granadilla y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. La razón por la que no se exporta este producto en niveles considerables es porque al ser un producto delicado es susceptible a los daños físicos que puede tener en el proceso complicando la calidad con la que va a llegar a otro país.

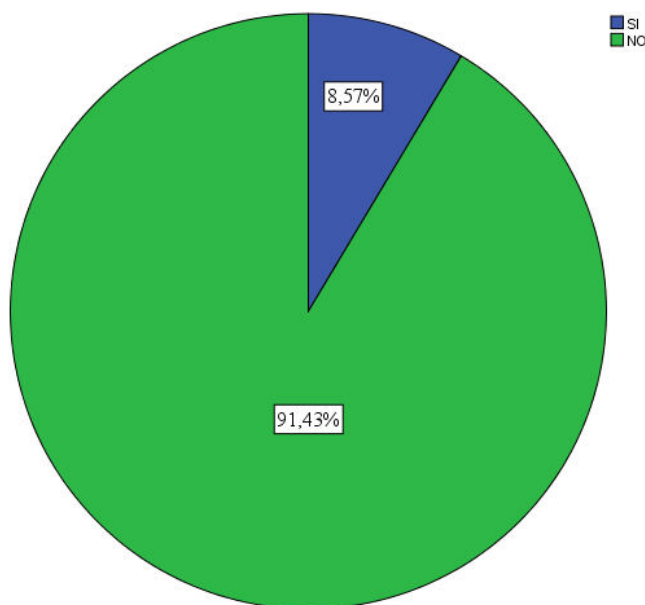
#### 4.1.1.16 ¿Exporta uvilla?

*Tabla 32*

*Exportación de uvilla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 40 Exportación de uvilla*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan uvilla y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Esto se debe a que esta fruta se exporta a EE.UU y las normas y requerimientos de ese país complican muchas veces el proceso productivo ya que sus exigencias deben ser cumplidas con toda precisión para que se considerado un producto sano y de calidad. A pesar de eso tres de las empresas encuestadas exportan uvilla.

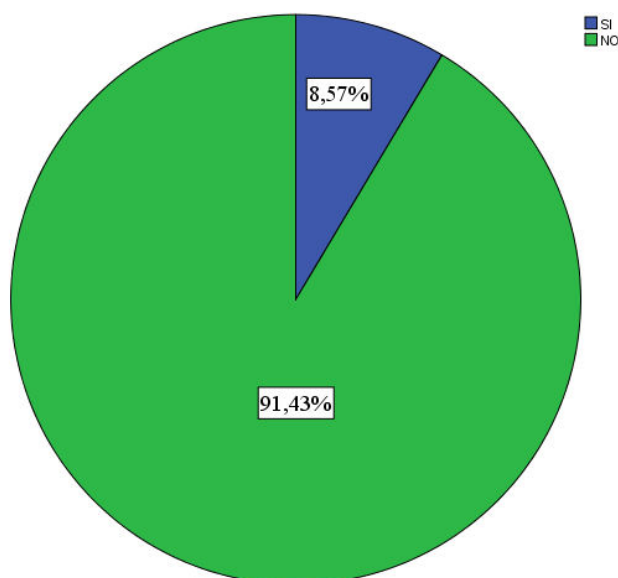
#### 4.1.1.17 ¿Exporta maíz?

*Tabla 33*

*Exportación de maíz*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 41 Exportación de maíz*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan maíz y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central es un producto de producción considerable y puede introducir su producto a las empresas o personas agroexportadoras que no lo exportan ya que tiene un grado bajo de perecibilidad.

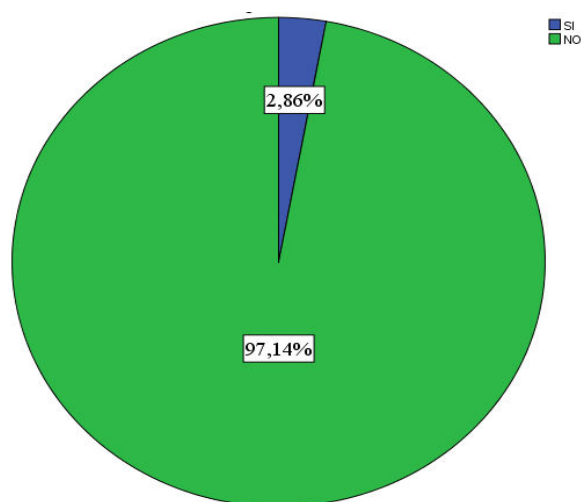
#### 4.1.1.18 ¿Exporta morochillo?

**Tabla 34**

**Exportación de morochillo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 42 Exportación de morochillo**

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan morochillo y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central puede ser una oportunidad ya que si producen este producto y pueden abastecer a la demanda de los agroexportadores que requieran de este producto.



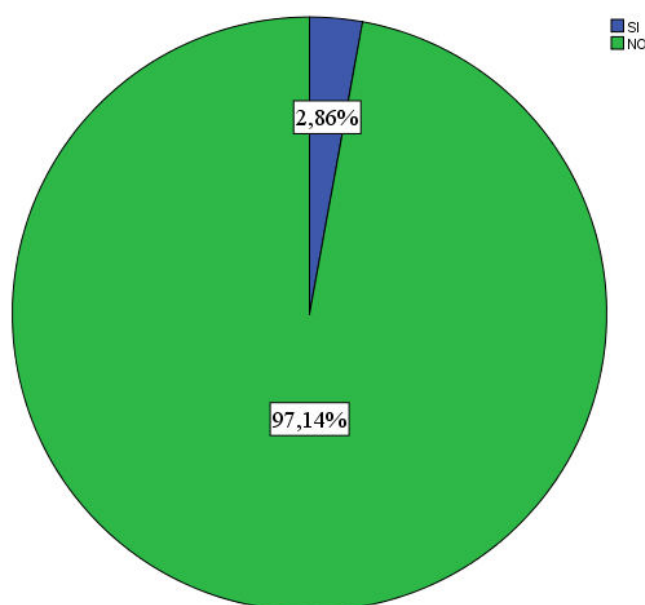
#### 4.1.1.19 ¿Exporta panela?

*Tabla 35*

*Exportación de panela*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 43 Exportación de panela*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan morochillo y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central puede ser una oportunidad ya que producen caña de azúcar, además la única empresa delas encuestadas que exporta este producto es CAMARI y su abastecimiento actual no es suficiente lo cual representa una oportunidad para la mancomunidad.

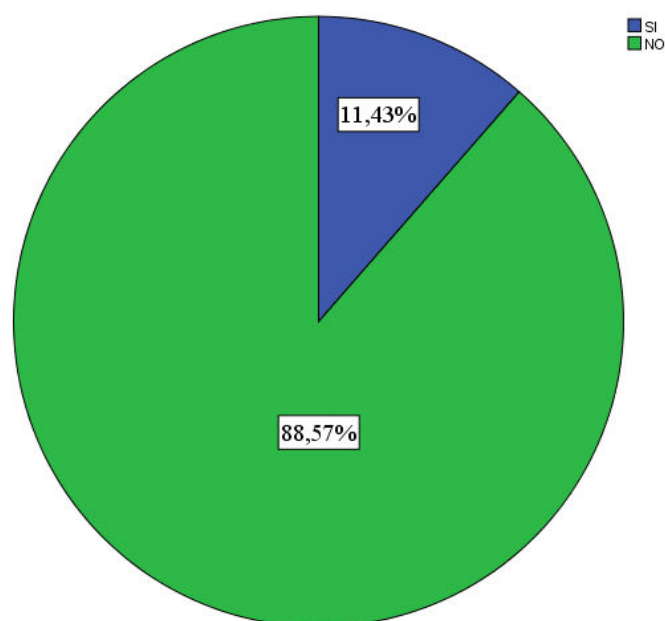
#### 4.1.1.20 ¿Exporta naranja?

**Tabla 36**

**Exportación de naranja**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	4	11,4	11,4	11,4
	NO	31	88,6	88,6	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 44 Exportación de naranja**

**Fuente: Investigación de campo**

El 11,43% de encuestados mencionaron que si exportan naranja y por otro lado en su mayoría el 88,57% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central puede ser una oportunidad ya que producen naranja y otros cítricos en una medida considerable para acudir a empresas o personas agroexportadoras.

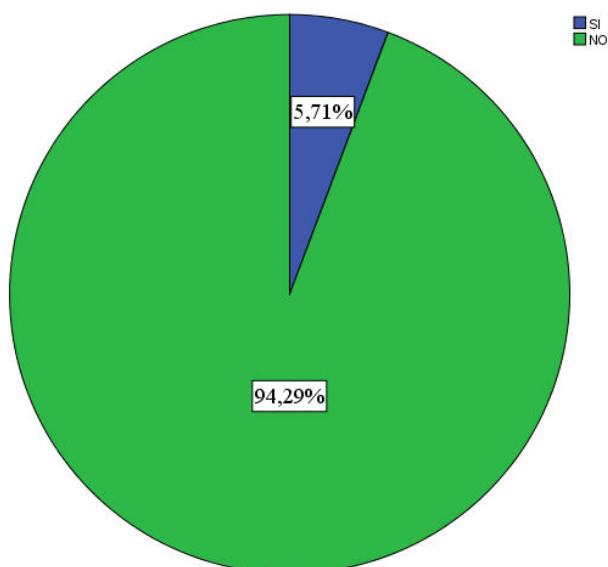
#### 4.1.1.21 ¿Exporta plátano verde?

**Tabla 37**

**Exportación de plátano verde**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 45 Exportación de plátano verde**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan plátano verde y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. Lamentablemente la zona nor-central de la provincia de Pichincha no se encuentra preparada para la producción de este producto ya que sería difícil competir con las miles de hectáreas que se producen en la costa ecuatoriana.

Por esta razón este producto a pesar de ser uno de los más demandados en el mercado externo, requiere de grandes estándares de calidad y de volúmenes de producción.

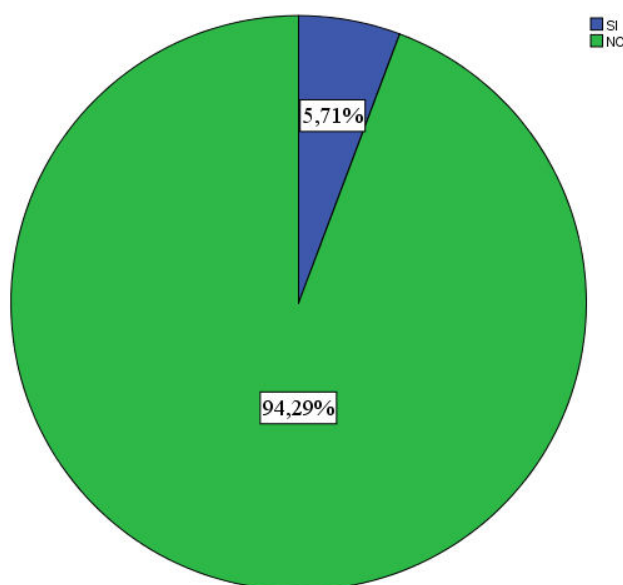
#### 4.1.1.22 ¿Exporta papa?

**Tabla 38**

##### *Exportación de papa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 46 Exportación de papa**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan papa y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. La razón por la que no se exporta este producto en niveles considerables es porque al ser un producto delicado es susceptible a

los daños físicos que puede tener en el proceso complicando la calidad con la que va a llegar a otro país.

Sin embargo la mancomunidad produce papa y esto hace que existan oportunidades futuras una vez que se cumpla con las exigencias del mercado.

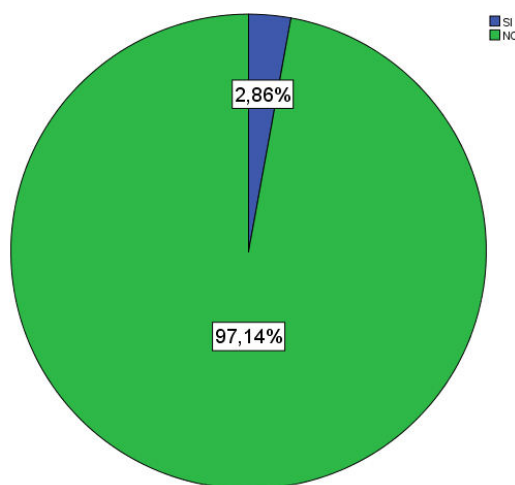
#### 4.1.1.22 ¿Exporta zanahoria?

**Tabla 39**

##### *Exportación de zanahoria*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 47 Exportación de zanahoria**

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan zanahoria y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque la única empresa encuestada que exporta este producto considera que es muy perecible y es susceptible a daños en el proceso de comercialización.

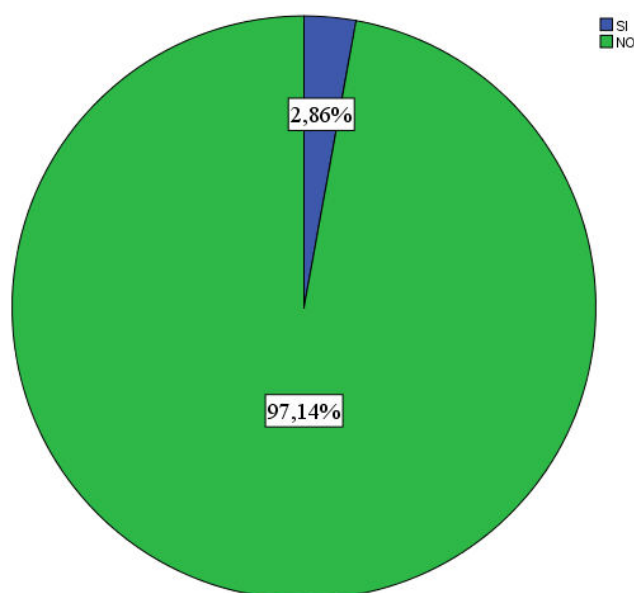
#### 4.1.1.23 ¿Exporta malanga?

*Tabla 40*

##### *Exportación de malanga*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 48 Exportación de malanga*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan malanga y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque la única empresa encuestada que exporta este producto considera que es muy perecible y es susceptible a daños en el proceso de comercialización al igual que la papa puesto que son productos de similares características.

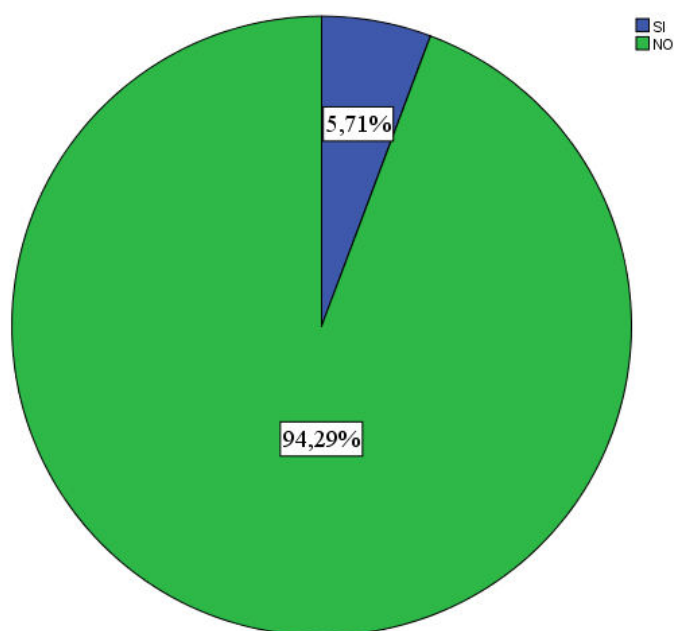
#### 4.1.1.24 ¿Exporta yuca?

**Tabla 41**

**Exportación de yuca**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 49 Exportación de yuca**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan yuca y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. La razón por la que no se exporta este producto en niveles considerables es porque al ser un producto delicado es susceptible a los daños físicos que puede tener en el proceso complicando la calidad con la que va a llegar a otro país. Los encuestados consideran que tiene un grado alto de perecibilidad.

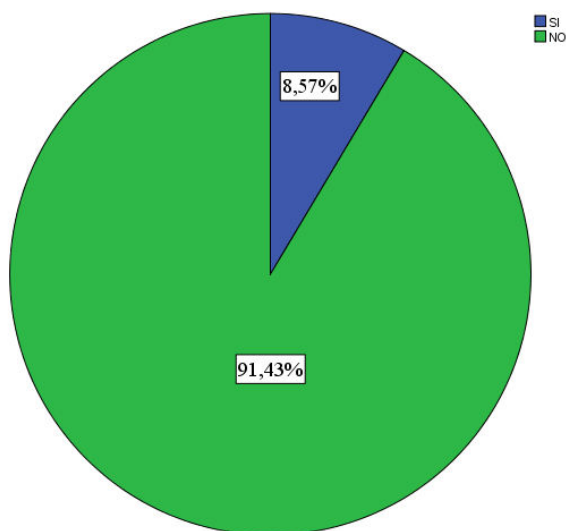
#### 4.1.1.25 ¿Exporta limón?

*Tabla 42*

*Exportación de limón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 50 Exportación de limón*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan limón y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central este puede ser un producto de oportunidad ya que las personas y empresas agroexportadoras mencionaron que las frutas cítricas son las que están en segundo lugar por generar mayor ingreso en ventas al exterior.



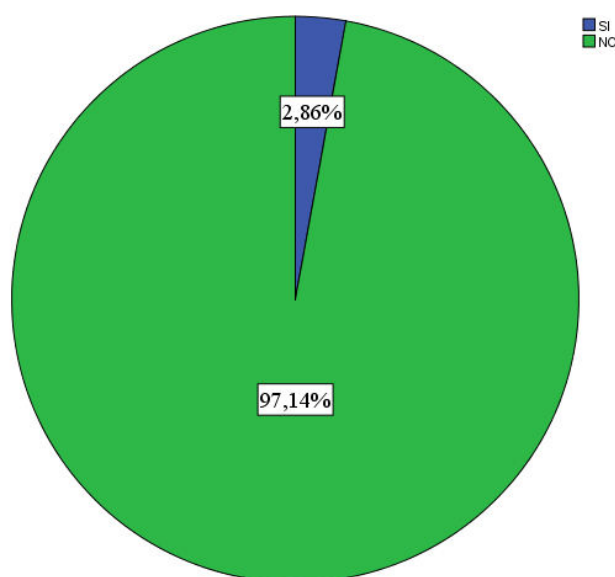
#### 4.1.1.25 ¿Exporta jengibre?

*Tabla 43*

##### *Exportación de jengibre*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 51 Exportación de jengibre*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan jengibre y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque la única empresa encuestada que exporta este producto considera que a pesar de que no es un producto perecible, la demanda en el mercado externo es mínima y se debe a que no conocen las propiedades que tiene este producto.

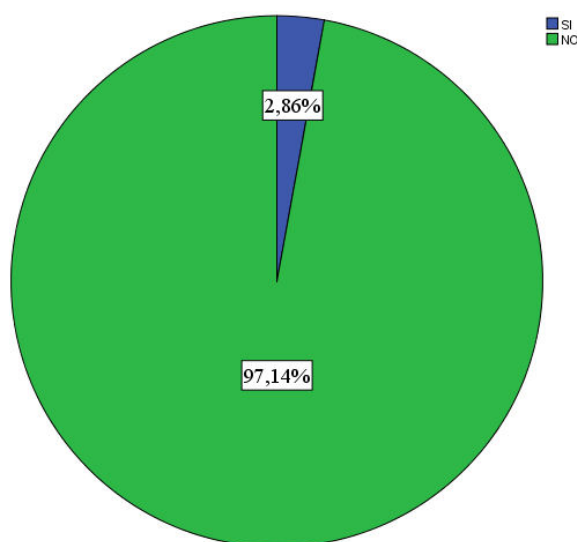
#### 4.1.1.26 ¿Exporta brócoli?

**Tabla 44**

**Exportación de brócoli**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 52 Exportación de brócoli**

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan jengibre y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque la única empresa encuestada que exporta este producto considera que este es un producto altamente perecible y aunque sea demandado también se debe considerar las épocas y la estacionalidad de producción.

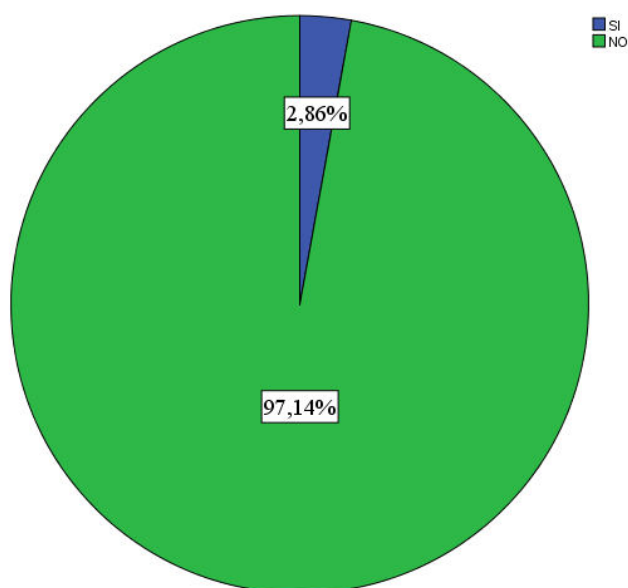
#### 4.1.1.27 ¿Exporta agroquímicos?

*Tabla 45*

##### *Exportación de agroquímicos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 53 Exportación de agroquímicos*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan agroquímicos y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque hay pocas empresas que transformen el producto de esta manera. Muchas veces productos como este son importados y a costos elevados sin embargo las empresas aun no cuentan con el equipamiento necesario para convertir la materia prima en productos elaborados.

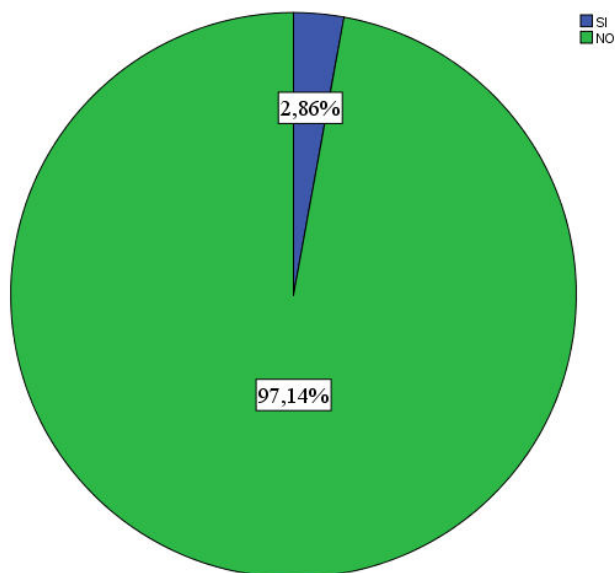
#### 4.1.1.28 ¿Exporta espárragos?

*Tabla 46*

*Exportación de espárragos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 54 Exportación de espárragos*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan espárragos y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque hay pocas empresas que exporten este producto a pesar de ser poco perecible.

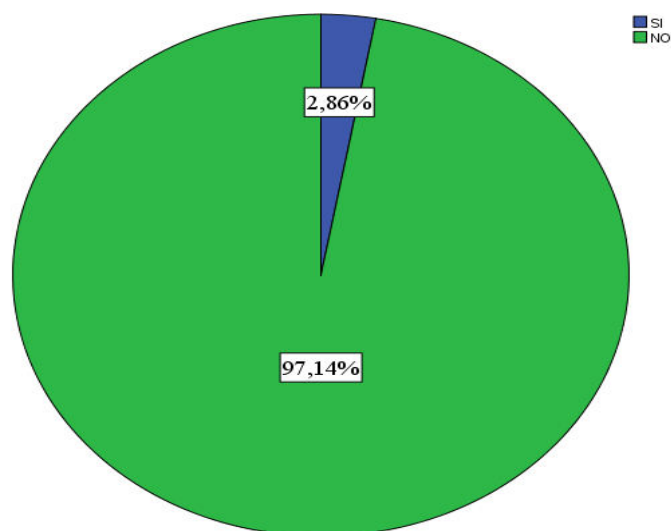
#### 4.1.1.29 ¿Exporta patacones?

*Tabla 47*

*Exportación de patacones*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 55 Exportación de patacones*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan espárragos y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerada un producto de exportación es porque las empresas ecuatorianas no transforman el producto, la única empresa encuestada que lo hace utiliza el plátano verde como materia prima para transformar a patacón y exportar en ese estado. De esta forma se realiza el cambio de la matriz productiva ya que se importan menos productos elaborados con insumos ecuatorianos,

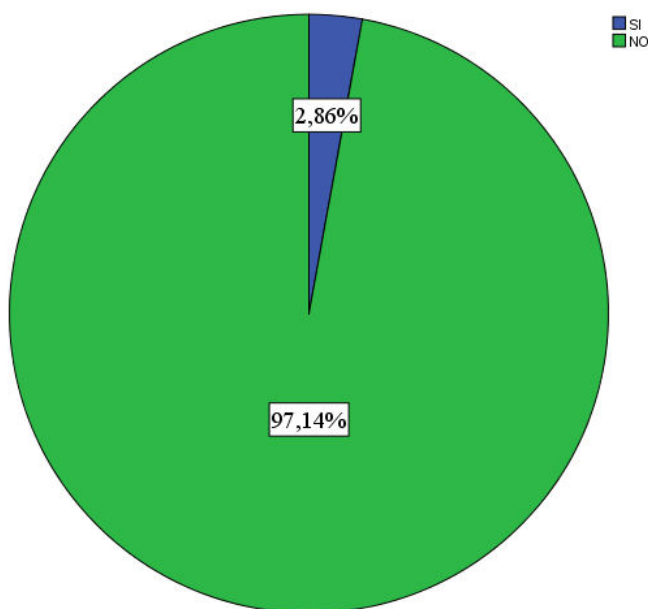
#### 4.1.1.30 ¿Exporta rosas?

*Tabla 48*

##### *Exportación de rosas*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 56 Exportación de rosas*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan rosas y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerado un producto de exportación es porque se trató de encuestar en mayoría a empresas frutícolas / hortícolas sin embargo la zona produce este producto en pequeñas cantidades y el análisis de este puede a futuro generar comercialización del mismo.

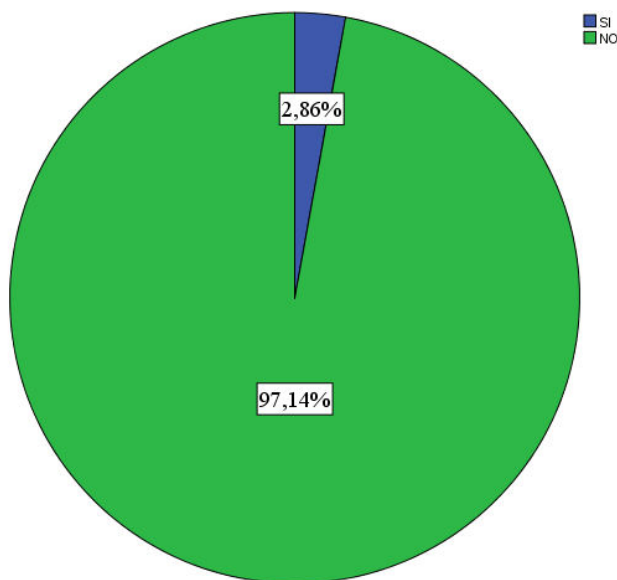
#### 4.1.1.31 ¿Exporta flores?

*Tabla 49*

##### *Exportación de flores*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 57 Exportación de flores*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan flores y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerado un producto de exportación es porque se trató de encuestar en mayoría a empresas frutícolas / hortícolas sin embargo la zona produce este producto en pequeñas cantidades y el análisis de este puede a futuro generar ventas considerables al ser uno de los principales productos de exportación del Ecuador.

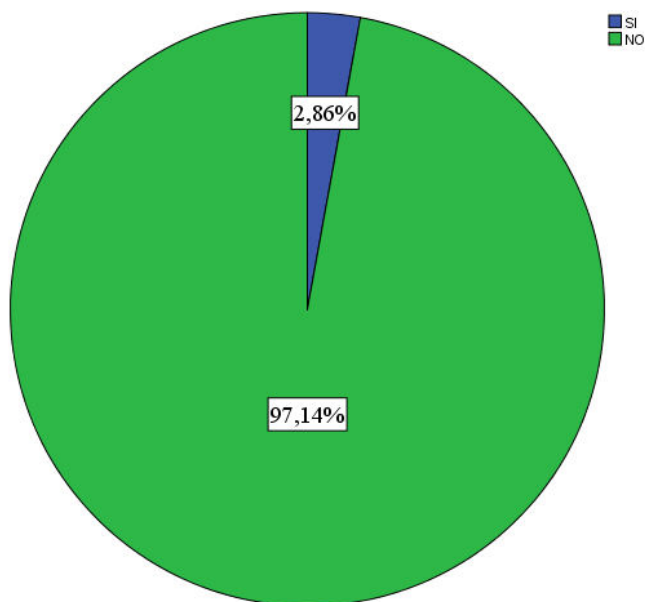
#### 4.1.1.32 ¿Exporta chía?

*Tabla 50*

##### *Exportación de chía*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 58 Exportación de chía*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan chía y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerado un producto de exportación es porque no es tan conocido en el mercado extranjero además y aunque sea poco percibe se debe dar a conocer a los clientes de afuera para que sea exportable

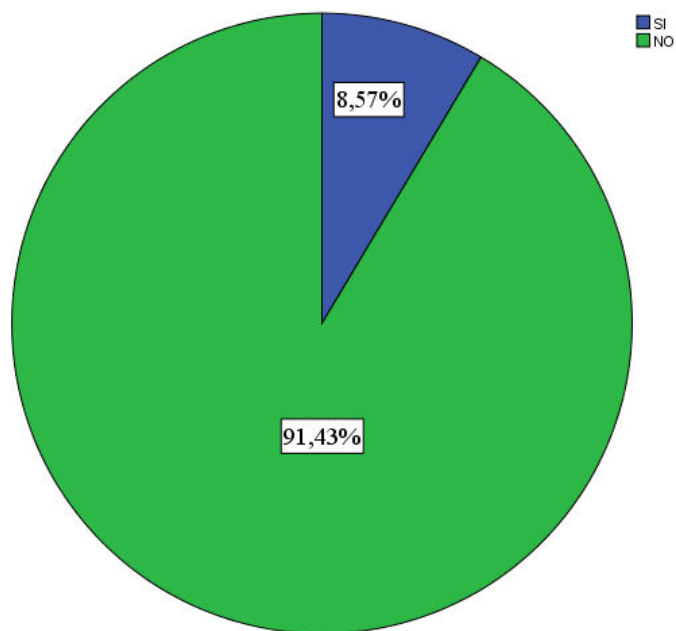


#### 4.1.1.33 ¿Exporta café?

*Tabla 51 Exportación de café*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 59 Exportación de café*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan café y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central este puede ser un producto de oportunidad ya que las personas y empresas agroexportadoras mencionaron que este es uno de los que genera principales ingresos ya sea en estado natural o transformado.

Además de ser considerado un producto poco perecible, la zona produce café en grano y a futuro se puede crear encadenamientos productivos.

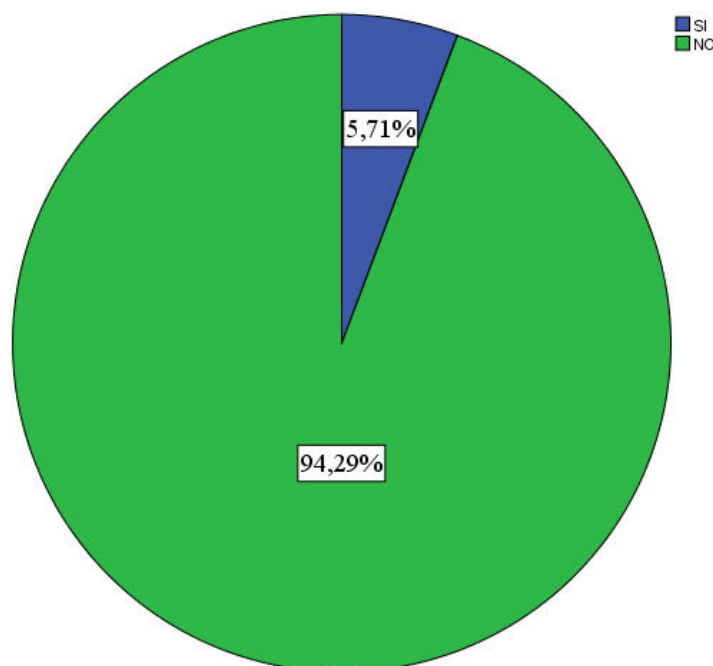
#### 4.1.1.34 ¿Exporta concentrado de maracuyá?

*Tabla 52*

##### *Exportación concentrado de maracuyá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 60** *Exportación concentrado de maracuyá*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan concentrado de maracuyá y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. A pesar de ser un producto muy perecible el manejo de cadenas de frío en la logística hace que este sea uno de los productos que más se exporten.

Es decir la transformación del producto natural contribuye a que se exporte en otro estado para que tenga durabilidad mientras llega al país de destino.

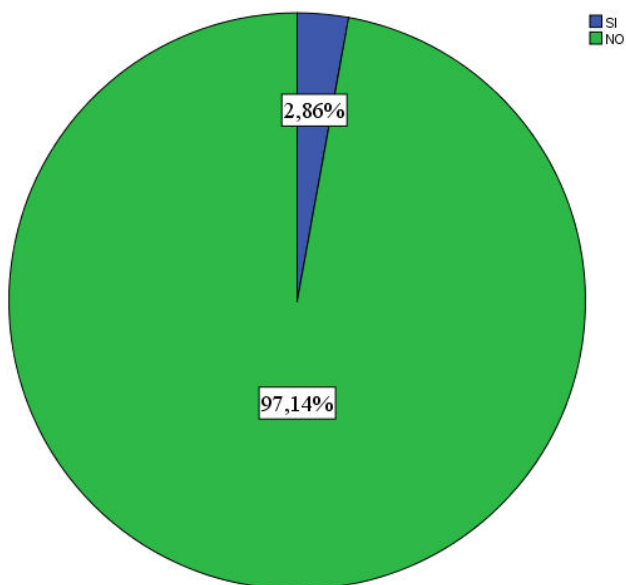
#### 4.1.1.35 ¿Exporta tomate de riñón?

*Tabla 53*

##### *Tomate de riñón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 61 Exportación tomate de riñón*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan el tomate de riñón y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerado un producto de exportación es porque es un producto medianamente perecible, por eso hay empresas y personas que optan por deshidratar este tipo de productos y exportarlos en ese estado.

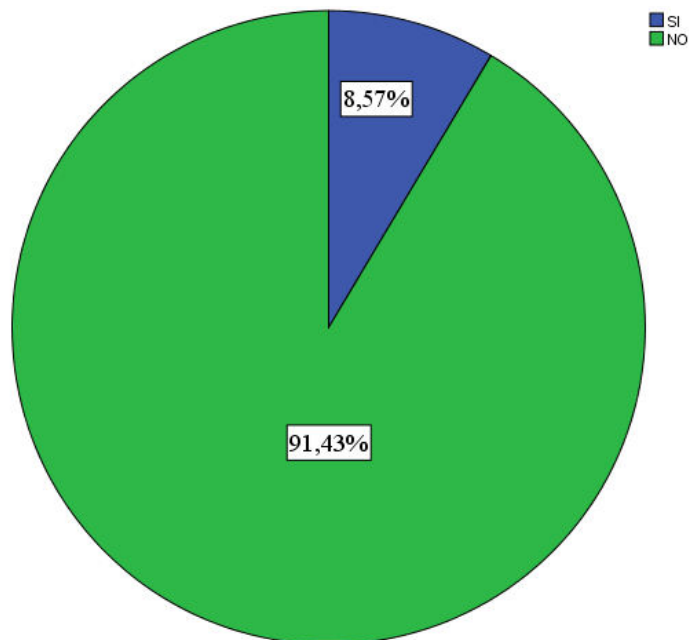
#### 4.1.1.36 ¿Exporta mandarina?

*Tabla 54*

##### *Exportación de mandarina*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 62 Exportación de mandarina*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan mandarina y por otro lado en su mayoría el 91,43% no exporta este producto. Sin embargo para la zona nor-central este puede ser un producto de oportunidad ya que las personas y empresas agroexportadoras mencionaron que este es uno de los que genera principales ingresos ya sea en estado natural o transformado.

Además de ser considerado un producto poco perecible, y la zona también realiza la transformación de este producto en vino lo cual puede generar mayor competitividad.

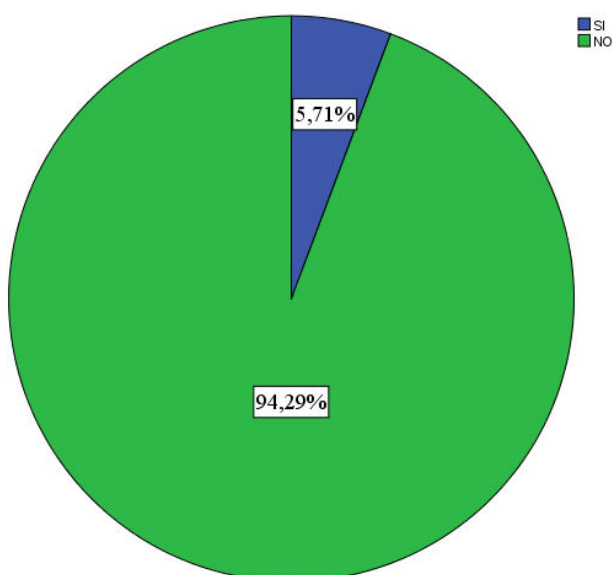
#### 4.1.1.37 ¿Exporta maracuyá?

*Tabla 55*

##### *Exportación de maracuyá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 63** *Exportación de maracuyá*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan maracuyá y por otro lado en su mayoría el 94,29% no exporta este producto. A pesar de ser un producto muy perecible el manejo de cadenas de frío en la logística hace que este sea un producto de exportación.

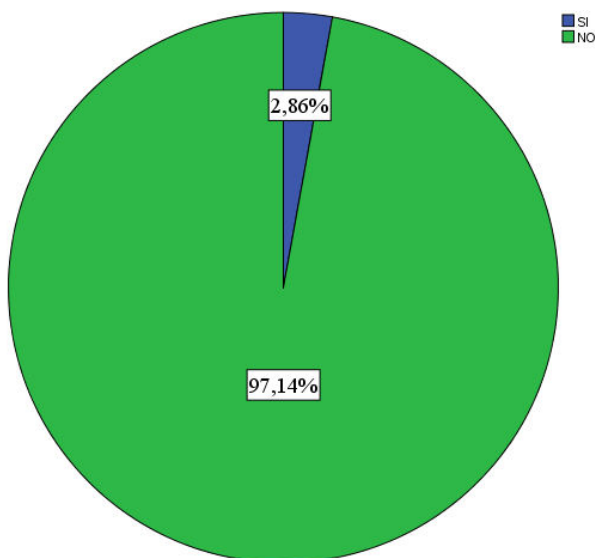
#### 4.1.1.38 ¿Exporta ají?

*Tabla 56*

*Exportación de ají*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 64 Exportación de ají*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan ají y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. La razón por la cual no es considerado un producto de exportación es porque es un producto perecible y las empresas y personas no incursionan en mercados extranjeros.

Por otro lado no es representativo para el caso de estudio ya que la zona nor-central de la provincia de Pichincha no produce este producto en cantidades mayores a una hectárea.

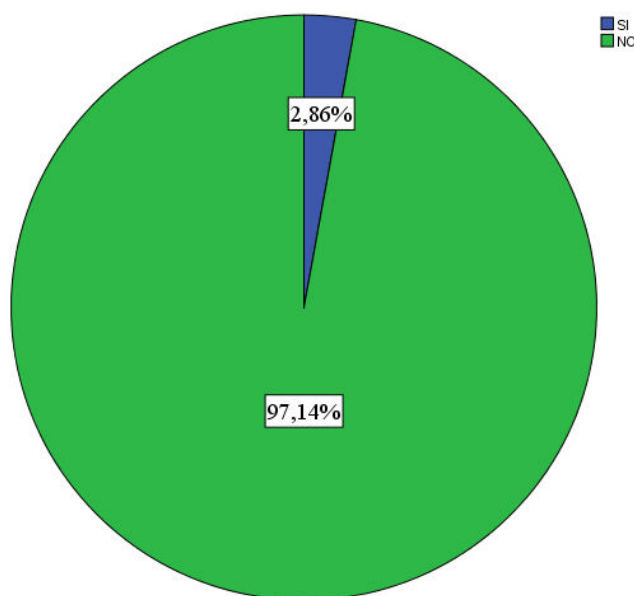
#### 4.1.1.39 ¿Exporta harina de plátano?

*Tabla 57*

*Exportación harina de plátano*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 65 Exportación harina de plátano*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan harina de plátano y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. A pesar de que es un solo encuestado el exporta este producto, es factible ya que es poco perecible y puede estar en la cadena de logística varios días hasta que llegue a su destino final.

Es decir la transformación de productos genera mayor rentabilidad además de incurrir en cambios de la matriz productiva mientras se trabaja con insumos ecuatorianos.

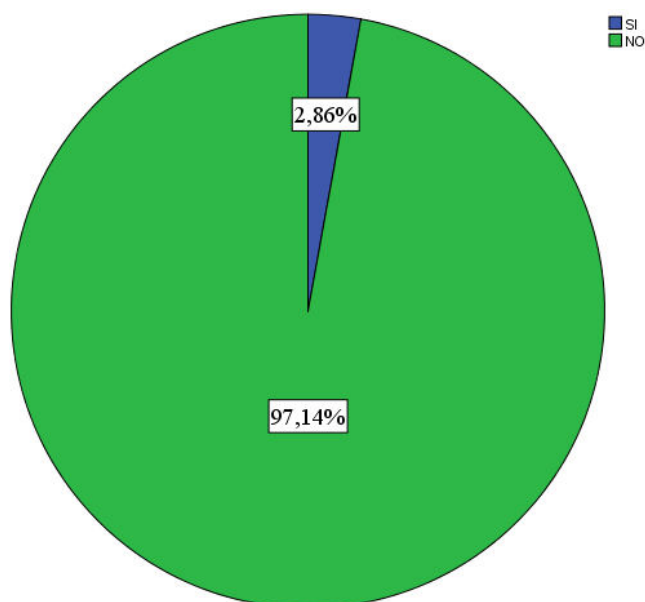
#### 4.1.1.40 ¿Exporta pimiento?

*Tabla 58*

##### *Exportación de pimiento*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 66 Exportación pimiento*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan pimiento y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. El único encuestado sostiene que este es un producto perecible.



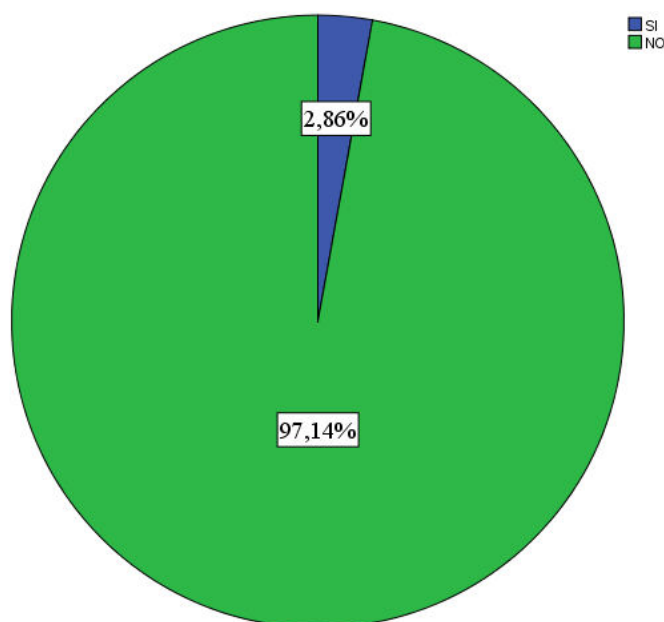
#### 4.1.1.41 ¿Exporta soya?

*Tabla 59*

*Exportación de soya*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 67 Exportación de soya*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de encuestados mencionaron que si exportan soya y por otro lado en su mayoría el 97,14% no exporta este producto. El estudio de este producto no es relevante puesto que la zona no lo produce en un área mayor a una hectárea, es decir solo lo producen para el autoconsumo y eso no es suficiente para abastecer a mercados externos.

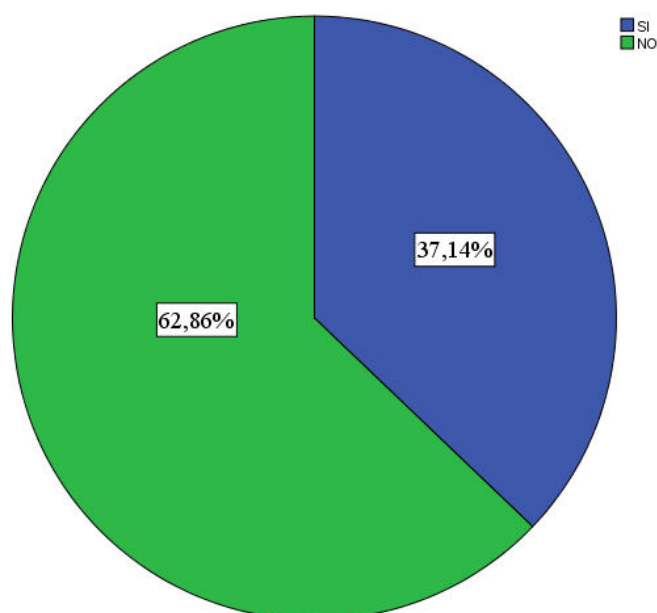
#### 4.1.1.42 ¿Exporta a Estados Unidos?

*Tabla 60*

##### *Exportaciones a Estados Unidos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	13	37,1	37,1	37,1
	NO	22	62,9	62,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 68 Exportaciones a Estados Unidos*

**Fuente: Investigación de campo**

El 37,14% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Estados Unidos y por otro lado el 62,86% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país exigen una calidad de primera ya que se envían a supervisores que revisan hasta el requerimiento más pequeño en cuanto a normas fitosanitarias, forma, tamaño, límite de plaguicidas, entre otras cosas. Sin embargo hay gran oportunidad de exportar a este país ya que basado en el estudio, es el país que tiene mayor cantidad de exportaciones.

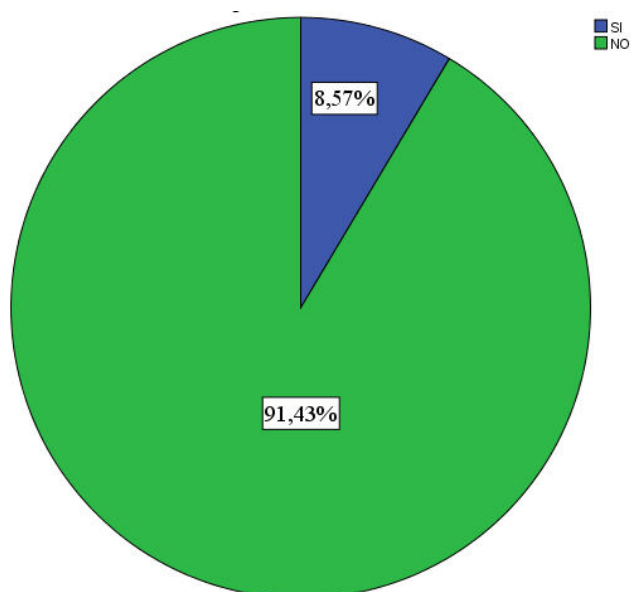
#### 4.1.1.43 ¿Exporta a Centro América?

*Tabla 61*

*Exportaciones a Centro América*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 69 Exportaciones a Centro América*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Centro América y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino.

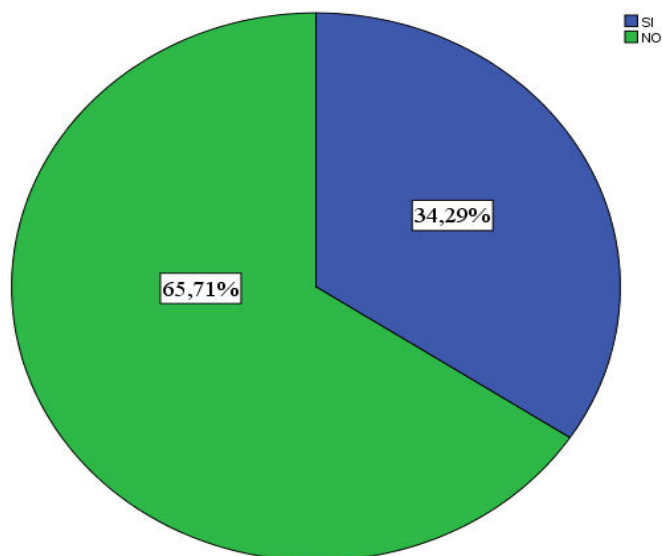
#### 4.1.1.44 ¿Exporta a Colombia?

*Tabla 62*

##### *Exportaciones a Colombia*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	12	34,3	34,3	34,3
	NO	23	65,7	65,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de Campo**



*Figura 70 Exportaciones a Colombia*

**Fuente: Investigación de campo**

El 34,3% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Colombia y por otro lado el 65,71% no exporta a ese destino. Al ser un país límite con Ecuador facilita las exportaciones en la frontera desde el Carchi - Tulcán. Colombia ocupa el segundo lugar al cual existen mayores exportaciones y este país se ha convertido en un intermediario ya que cuenta con alianzas con otros países.

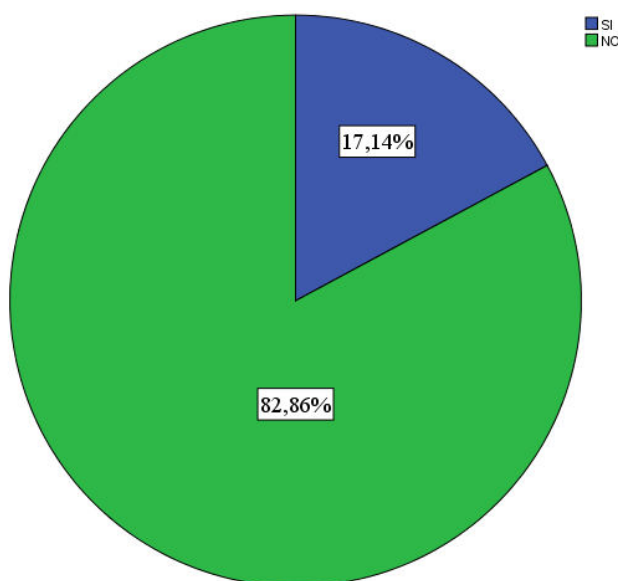
#### 4.1.1.45 ¿Exporta Alemania?

*Tabla 63*

##### *Exportaciones a Alemania*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	6	17,1	17,1	17,1
	NO	29	82,9	82,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 71 Exportaciones a Alemania*

**Fuente:** Investigación de campo

El 17,14% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Alemania y por otro lado el 82,86% no exporta a ese destino. Al ser ambos países miembros de la Organización Mundial de Comercio, tienen acuerdos comerciales que facilitan las negociaciones.

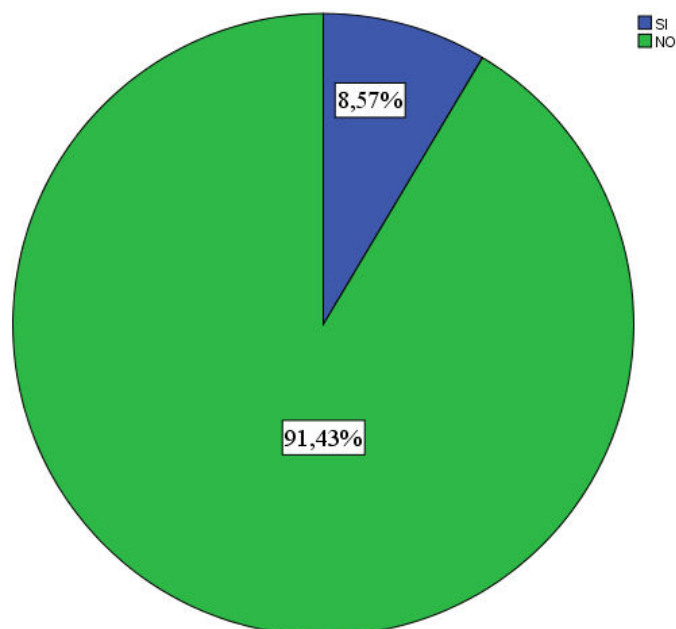
#### 4.1.1.46 ¿Exporta a Costa Rica?

*Tabla 64*

##### *Exportaciones a Costa Rica*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 72** *Exportaciones a Costa Rica*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Alemania y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Es factible la exportación ya que son países del mismo continente.

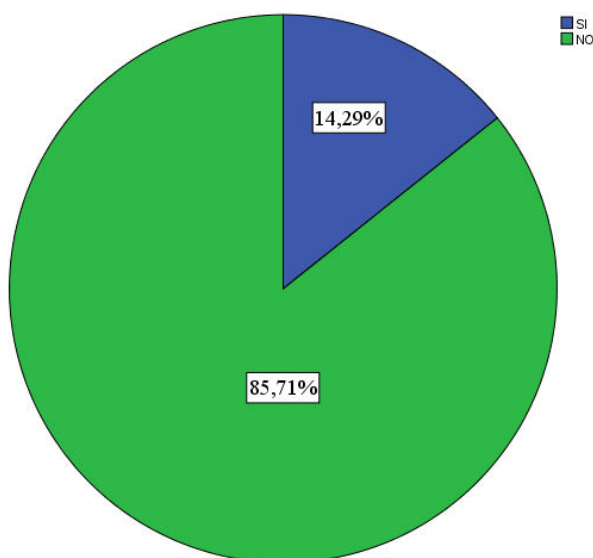
#### 4.1.1.47 ¿Exporta a España?

*Tabla 65*

##### *Exportaciones a España*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	5	14,3	14,3	14,3
	NO	30	85,7	85,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 73 Exportaciones a España*

**Fuente:** Investigación de campo

El 14,29% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a España y por otro lado el 85,71% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan gracias a los acuerdos comerciales que se firmaron en años anteriores.

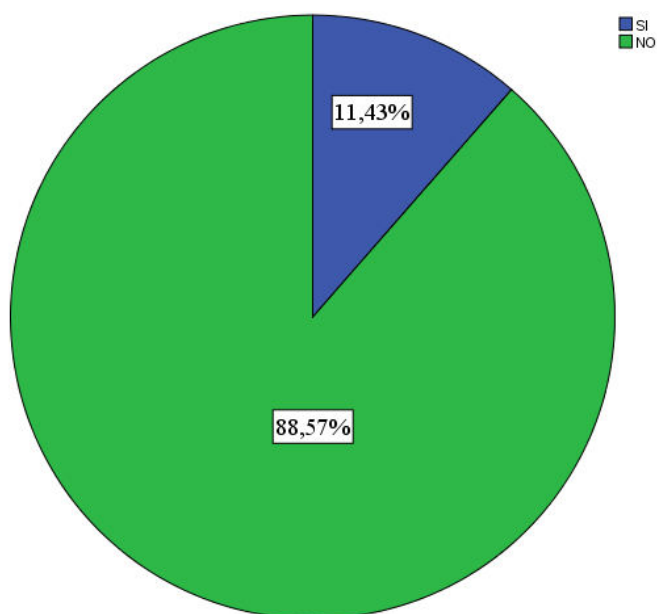
#### 4.1.1.48 ¿Exporta a República Dominicana?

*Tabla 66*

##### *Exportaciones a República Dominicana*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	4	11,4	11,4	11,4
	NO	31	88,6	88,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 74 Exportaciones a República Dominicana*

**Fuente:** Investigación de campo

El 11,43% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a República Dominicana y por otro lado el 88,57% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan gracias a los acuerdos comerciales que se firmados en el año 2011.



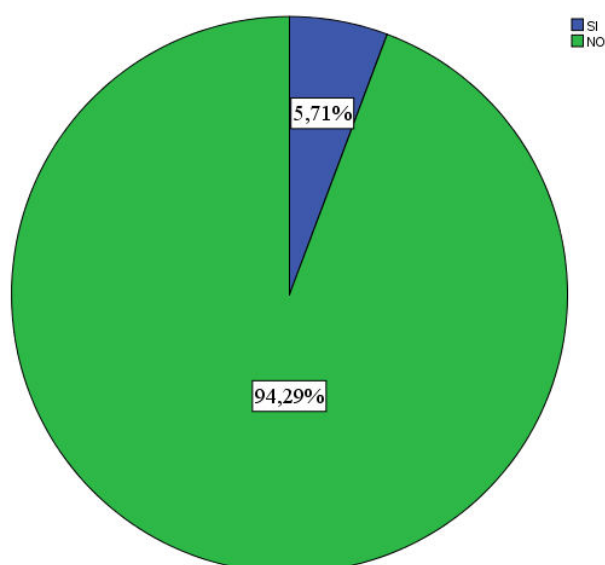
#### 4.1.1.49 ¿Exporta a Jamaica?

*Tabla 67*

##### *Exportaciones a Jamaica*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 75 Exportaciones a República Dominicana**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a República Dominicana y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan gracias a los acuerdos comerciales que se firmados en el año 2011.

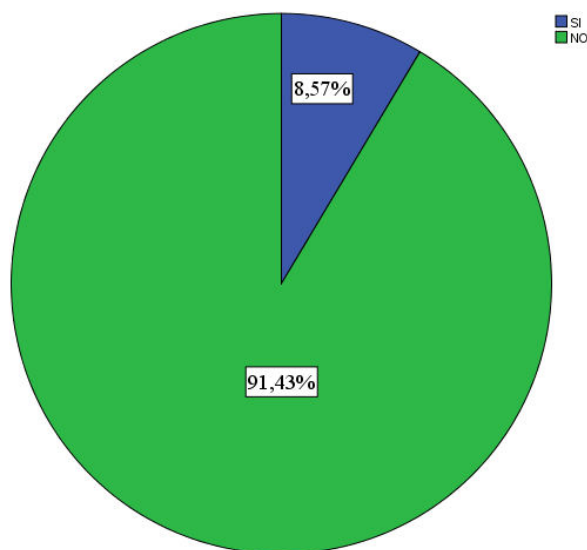
#### 4.1.1.50 ¿Exporta a Francia?

**Tabla 68**

**Exportaciones a Francia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 76 Exportaciones a Francia**

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Francia y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones desde Ecuador a Francia se realizan gracias al acuerdo para la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo, suscrito entre Ecuador y Francia

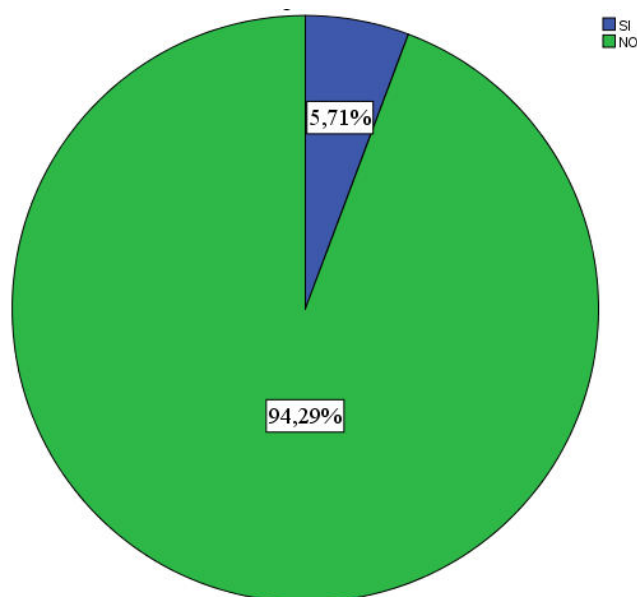
#### 4.1.1.51 ¿Exporta a Bélgica?

*Tabla 69*

##### *Exportaciones a Bélgica*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 77 Exportaciones a Bélgica**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Bélgica y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones desde Ecuador a Bélgica se dan por los acuerdos comerciales que se mantienen con la Unión Europea.

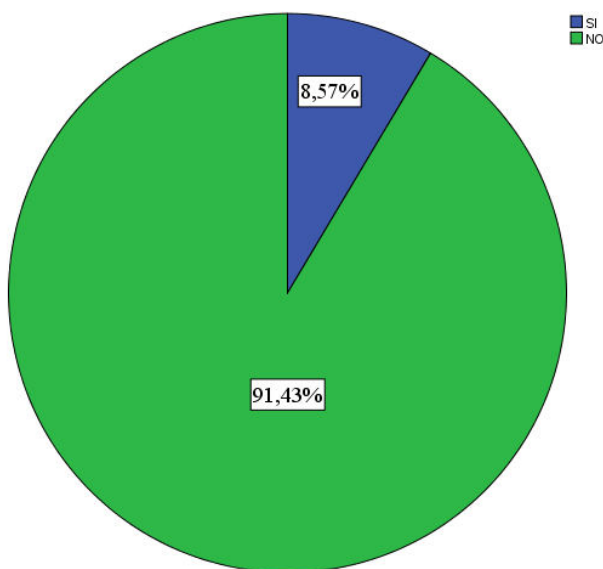
#### 4.1.1.52 ¿Exporta a Italia?

*Tabla 70*

*Exportaciones a Italia*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 78 Exportaciones a Italia**

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Italia y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones desde Ecuador a Italia se dan por los acuerdos comerciales que se mantienen con la Unión Europea.

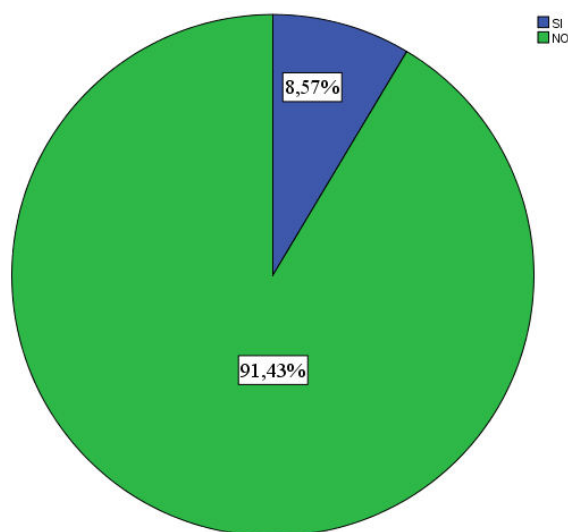
#### 4.1.1.52 ¿Exporta a Venezuela?

*Tabla 71*

##### *Exportaciones a Venezuela*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 79** *Exportaciones a Venezuela*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Venezuela y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país son mínimas por la situación económica que presenta Venezuela, es decir esto hace que se detenga la demanda de ese país hacia productos de exportación ya que ni los productos venezolanos son de consumo fácil al estar escatimando la adquisición de los mismos.

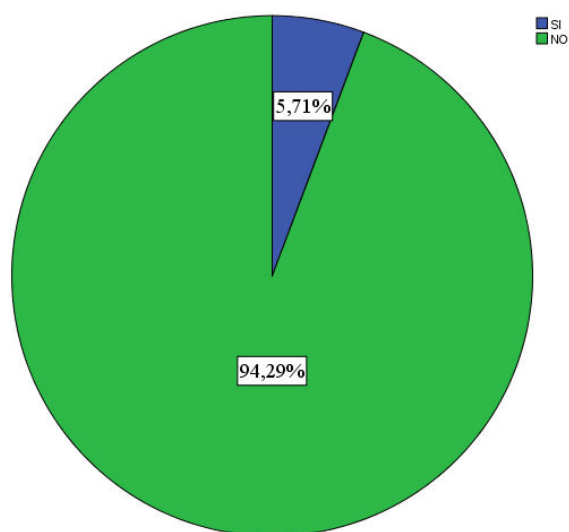
#### 4.1.1.53 ¿Exporta a Haití?

*Tabla 72*

##### *Exportaciones a Haití*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 80 Exportaciones a Haití*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Haití y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones se realizan a este país ya que poseen una economía con crecimiento moderado.

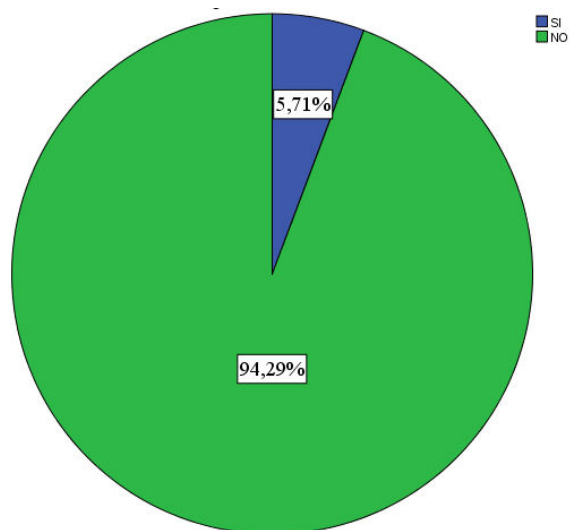
#### 4.1.1.54 ¿Exporta a la Isla Guadalupe?

*Tabla 73*

##### *Exportaciones a la Isla Guadalupe*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 81 Exportaciones a la Isla Guadalupe*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a la Isla Guadalupe y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones se realizan a este país ya que poseen una economía con crecimiento moderado.

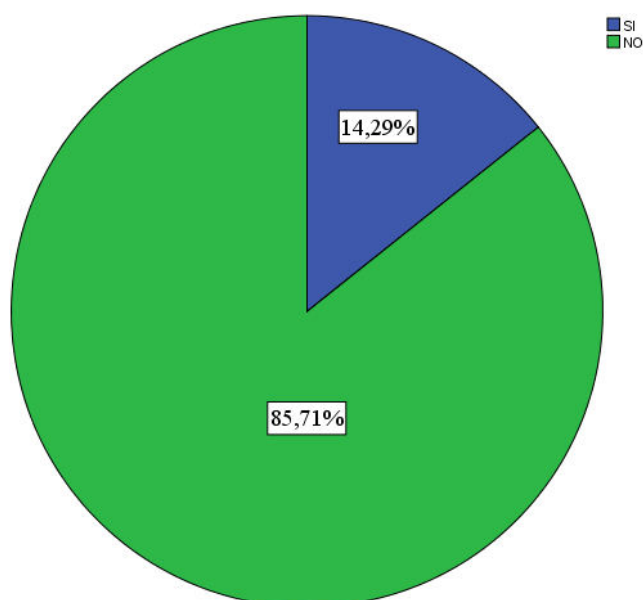
#### 4.1.1.55 ¿Exporta a Holanda?

**Tabla 74**

##### *Exportaciones a Holanda*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	5	14,3	14,3	14,3
	NO	30	85,7	85,7	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 82 Exportaciones a Holanda**

**Fuente: Investigación de campo**

El 14,29% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Holanda y por otro lado el 85,71% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se realizan en un nivel moderado ya que gracias a los acuerdos de Comercio Justo a través de PROECUADOR, facilitan la comercialización.



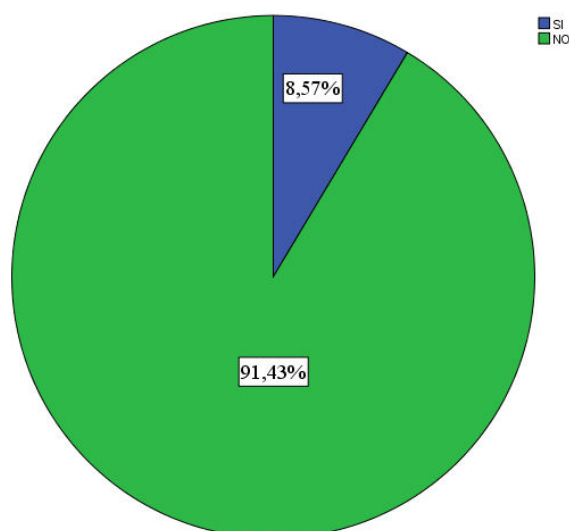
#### 4.1.1.56 ¿Exporta al Reino Unido?

*Tabla 75*

*Exportaciones al Reino Unido*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 83 Exportaciones al Reino Unido*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos al Reino Unido y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se realizan en un nivel moderado ya que gracias a los acuerdos de Comercio llamados UE-Andorra y UE-Argelia que son acuerdos de libre comercio y acuerdo de integración económica.

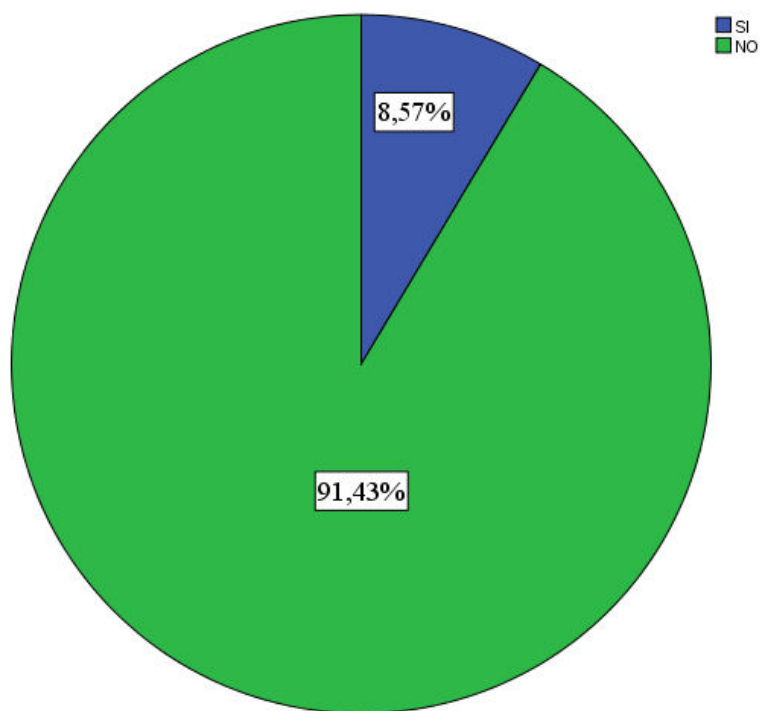
#### 4.1.1.57 ¿Exporta a Canadá?

*Tabla 76*

##### *Exportaciones a Canadá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 84 Exportaciones a Canadá*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Canadá y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se realizan gracias a la relación comercial entre Canadá y Ecuador es complementaria sobre todo en la mayor parte del comercio de productos agrícolas: frutas tropicales, cacao, mariscos y rosas a Canadá; y trigo, cebada y lenteja a Ecuador.

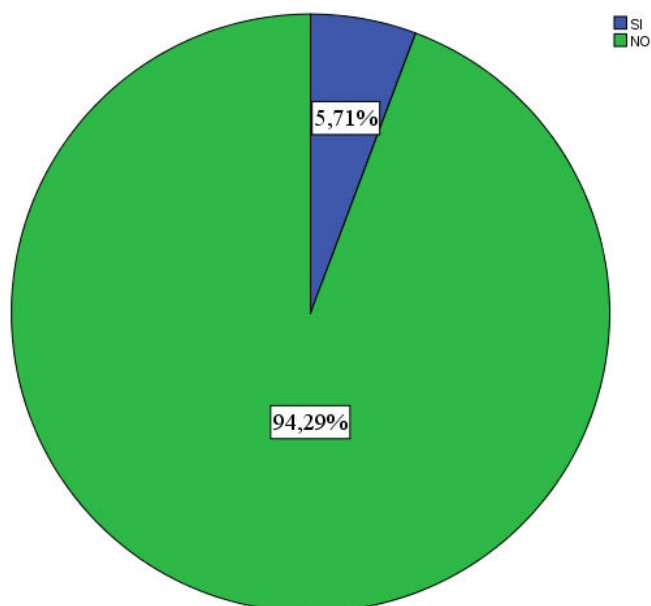
#### 4.1.1.58 ¿Exporta a Japón?

*Tabla 77*

##### *Exportaciones a Japón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 85 Exportaciones a Japón*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Japón y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se encuentran en aumento ya que desde el año 2014 se están realizando conversaciones para los acuerdos bilaterales que anulen la doble tributación.

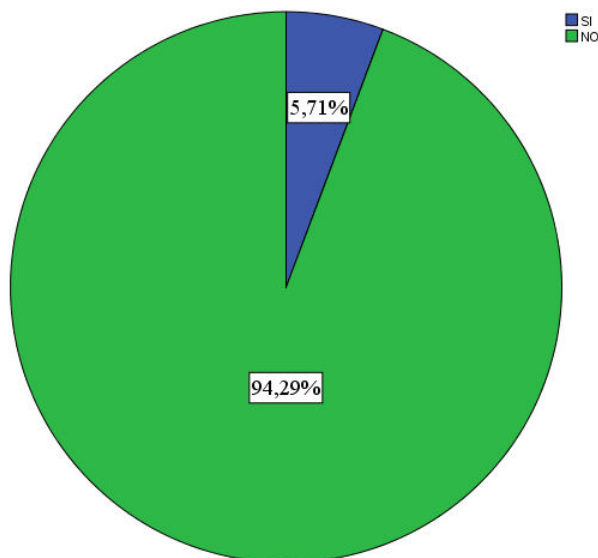
#### 4.1.1.59 ¿Exporta a Perú?

*Tabla 78*

*Exportaciones a Perú*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 86 Exportaciones a Perú**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Perú y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país son gracias a que para Perú el mercado ecuatoriano es altamente atractivo en la variedad de productos, particularmente las exportaciones no tradicionales.

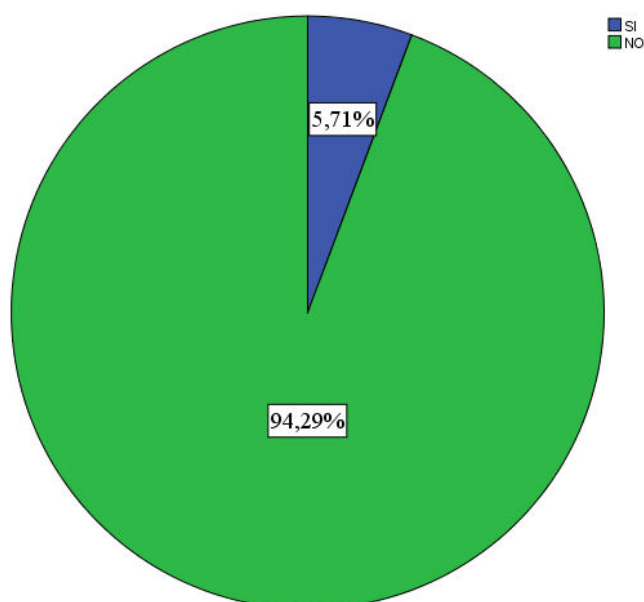
#### 4.1.1.60 ¿Exporta a Europa?

*Tabla 79*

##### *Exportaciones a Europa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 87** *Exportaciones a Europa*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Europa y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este continente se dan por los acuerdos firmados que entran en vigencia en el tercer trimestre del presente año se aprobó la extensión de las preferencias arancelarias que la UE otorga a Ecuador.

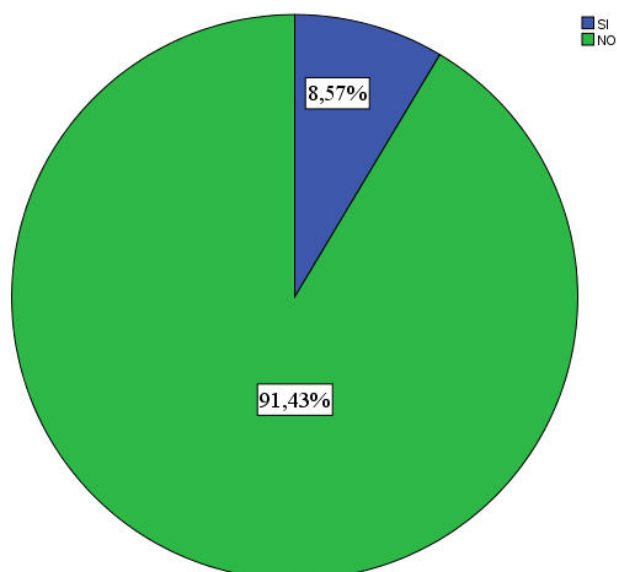
#### 4.1.1.61 ¿Exporta a Chile?

*Tabla 80*

##### *Exportaciones a Chile*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 88 Exportaciones a Chile*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Chile y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este continente se dan por los acuerdos firmados como son: el Tratado de Libre Comercio y el Acuerdo de Complementación Económica.

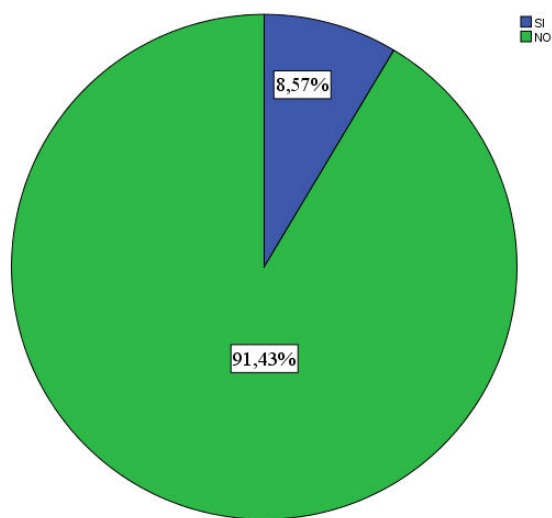
#### 4.1.1.62 ¿Exporta a Rusia?

*Tabla 81*

*Exportaciones a Rusia*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 89 Exportaciones a Rusia*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Rusia y por otro lado el 91,43% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan por los acuerdos y entendimientos en sectores estratégicos, agricultura y cooperación económica comercial, se apoya al Ecuador en la búsqueda de socios rusos para fomentar la diversificación de la oferta comercial del Ecuador a Rusia, para esto intervienen entidades como PROECUDOR y el COMEX. El sector florícola es uno de los que genera mayor participación en el mercado Ruso.

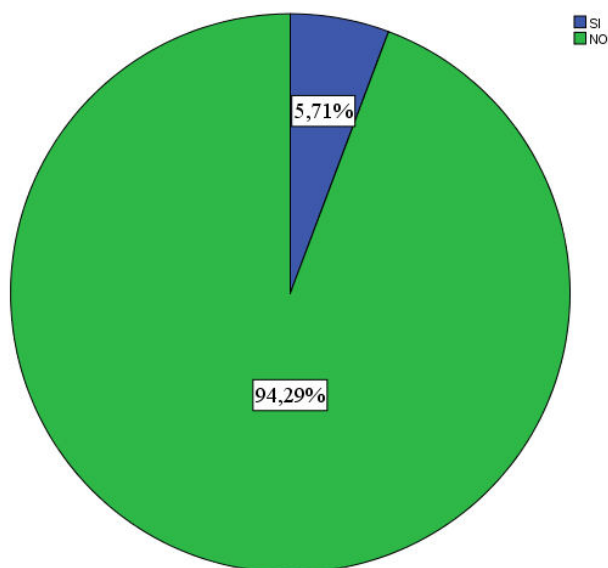
#### 4.1.1.63 ¿Exporta a Inglaterra?

*Tabla 82*

##### *Exportaciones a Inglaterra*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 90 Exportaciones a Inglaterra*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Inglaterra y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan por los acuerdos firmados que entran en vigencia en el tercer trimestre del presente año se aprobó la extensión de las preferencias arancelarias que la UE otorga a Ecuador.



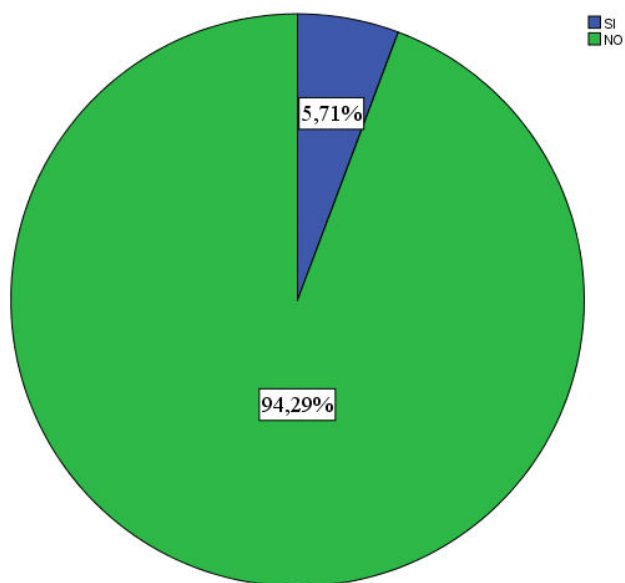
#### 4.1.1.63 ¿Exporta a Panamá?

*Tabla 83*

##### *Exportaciones a Panamá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 91** *Exportaciones a Panamá*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Panamá y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan por uno de los acuerdos firmados en el año 2012 llamado Protocolo de Adhesión de la República de Panamá – Apertura de Mercados a favor de Ecuador.

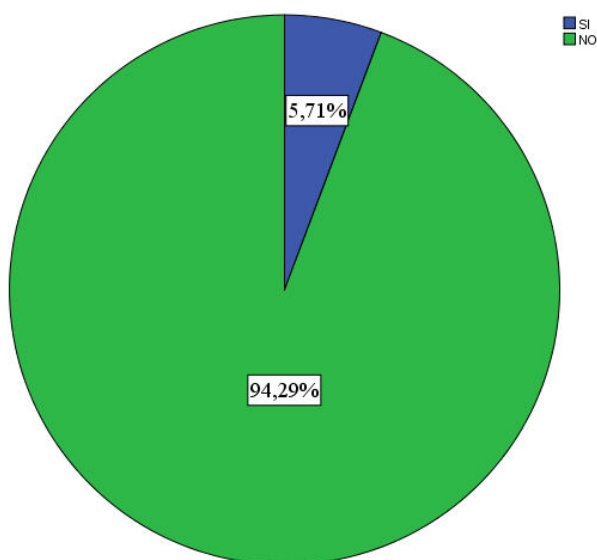
#### 4.1.1.64 ¿Exporta a Nicaragua?

*Tabla 84*

##### *Exportaciones a Nicaragua*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 92 Exportaciones a Nicaragua*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Nicaragua y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan por estar dentro del continente americano facilitando la logística del mismo.

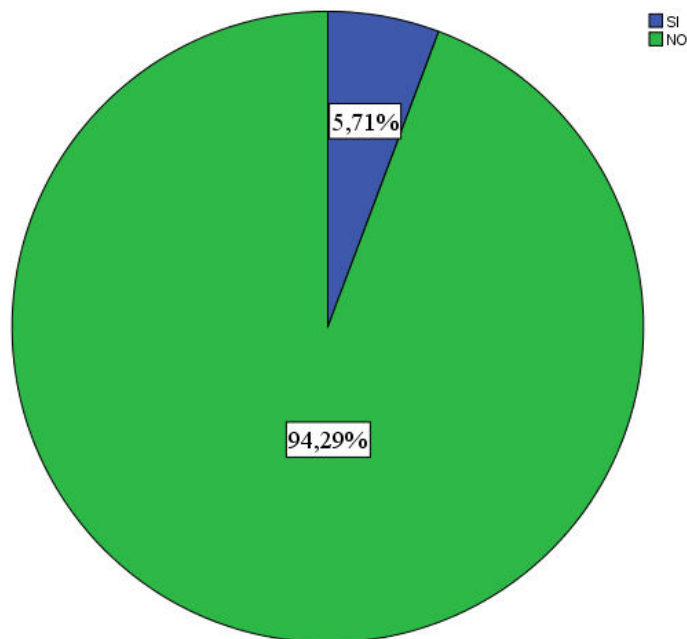
**4.1.1.65 ¿Exporta a Puerto Rico?**

*Tabla 85*

*Exportaciones a Puerto Rico*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 93 Exportaciones a Puerto Rico**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Puerto Rico y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan por estar dentro del continente americano facilitando la logística del mismo.

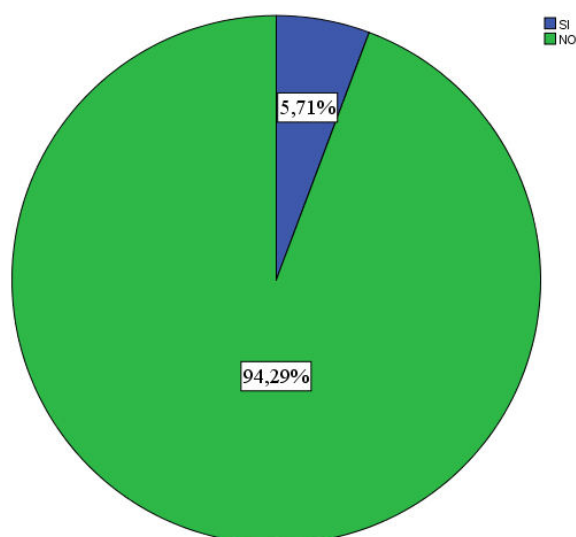
#### 4.1.1.66 ¿Exporta a Argentina?

*Tabla 86*

*Exportaciones a Argentina*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 94** *Exportaciones a Argentina*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Argentina y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan gracias a uno de los acuerdos vigente desde el año 2007 llamado Acuerdo de cooperación en el área de la promoción comercial y transferencia de tecnología en materia de comercio internacional entre la republica del ecuador y la República Argentina.

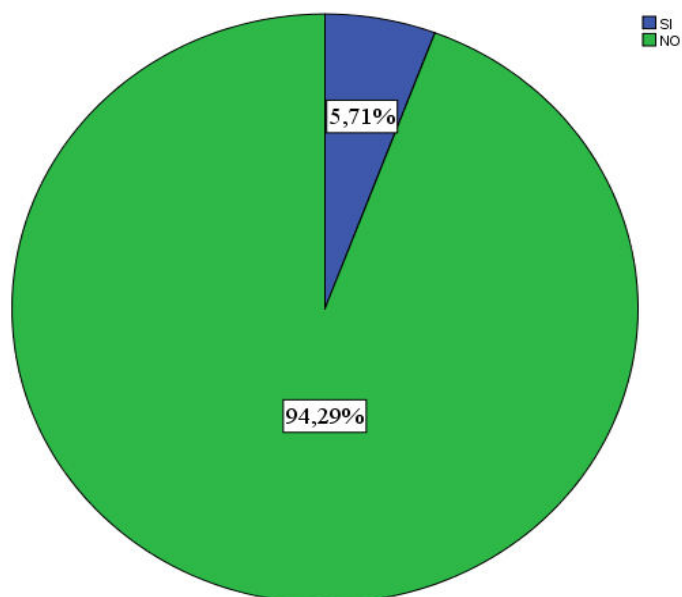
#### 4.1.1.67 ¿Exporta a Australia?

*Tabla 87*

##### *Exportaciones Australia*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 95 Exportaciones a Australia*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de encuestados mencionaron que si exportan sus productos a Australia y por otro lado el 94,29% no exporta a ese destino. Las exportaciones a este país se dan gracias a los tratados de libre comercio.

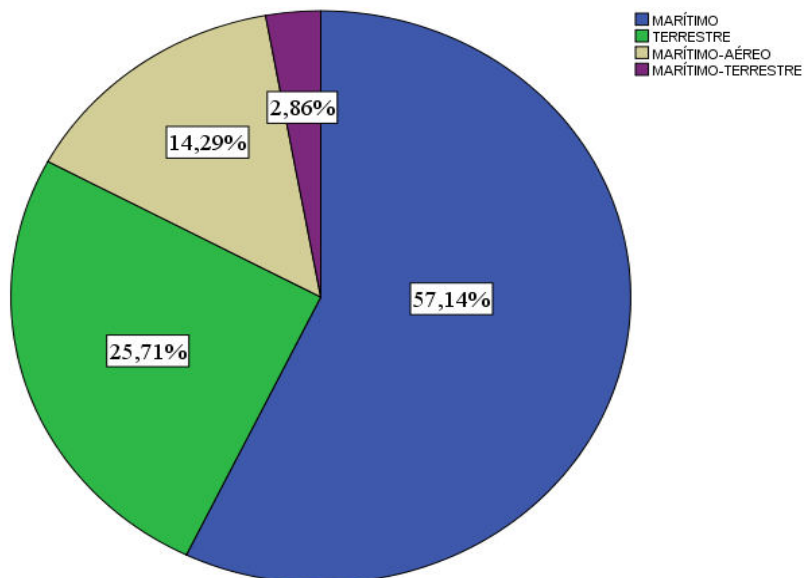
#### 4.1.1.67 ¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación?

**Tabla 88**

**Medios de transporte**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MARÍTIMO	20	57,1	57,1	57,1
	TERRESTRE	9	25,7	25,7	82,9
	MARÍTIMO-AÉREO	5	14,3	14,3	97,1
	MARÍTIMO-TERRESTRE	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 96 Medios de transporte**

**Fuente: Investigación de campo**

El medio de transporte marítimo es el más representativo con un 57,14% ya que es el que incurre en menos costos a pesar de que requiere de más tiempo y el envío de productos perecibles corre riesgos a menos de que se manejen cadenas de frío.

El 25,7 % mencionó que el transporte que utilizaban era el terrestre y esto se debe a que uno de los principales destinos de las exportaciones era Colombia y al estar en la frontera es el medio de transporte adecuado.

En tercer lugar con el 14,29% se ubica la combinación de transportes marítimo-aéreo y esto se debe a que hay productos de alta perecibilidad que se envían vía aérea por la rapidez en el tiempo d llegar a su destino.

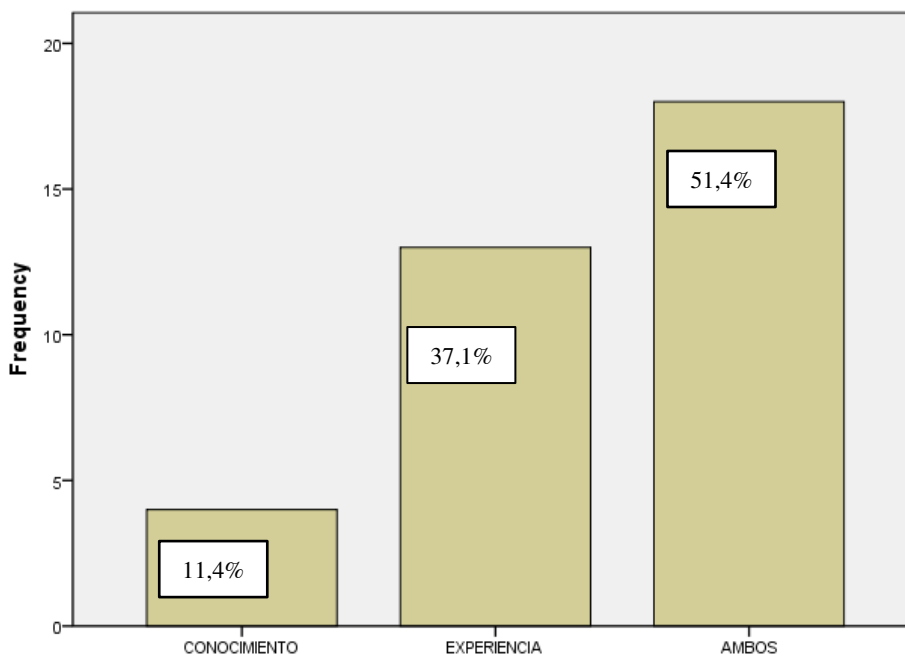
#### 4.1.1.68 Toma de decisiones en temas de exportación

**Tabla 89**

**Toma de decisiones**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONOCIMIENTO	4	11,4	11,4	11,4
	EXPERIENCIA	13	37,1	37,1	48,6
	AMBOS	18	51,4	51,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 97 Toma de decisiones**

**Fuente: Investigación de campo**

La toma de decisiones en temas de exportación con un 51,4% es la combinación de conocimientos y experiencia, es decir las personas lo realizan por la trayectoria y porque lo heredaron de otras personas y además de esto también se han preparado en temas de exportación para poder tomar las decisiones más adecuadas para su negocio.

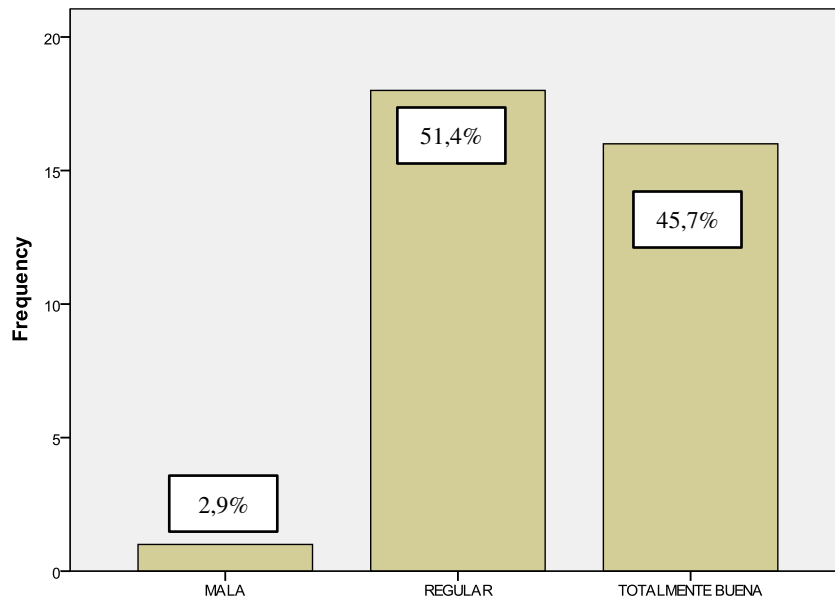
**4.1.1.69 ¿Cómo evaluaría la relación con sus clientes internacionales?**

**Tabla 90**

**Relación con los clientes internacionales**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	MALA	1	2,9	2,9	2,9
	REGULAR	18	51,4	51,4	54,3
	TOTALMENTE BUENA	16	45,7	45,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 98 Relación con los clientes internacionales**

**Fuente: Investigación de campo**



El 51,4% de encuestados mencionan que la relación con sus clientes internacionales es regular y esto se debe a que hay situaciones económicas o de mercado internas de cada país que impiden que haya una demanda constante de productos, o un caso es como el de Venezuela que se encuentra en una crisis económica severa y esto impide la exportación inmediata de productos. Por otro lado en segundo lugar se encuentran el 45,7% que manifiesta que la relación con sus clientes internacionales es totalmente buena ya que son alianzas estratégicas estables y que benefician a ambos países.

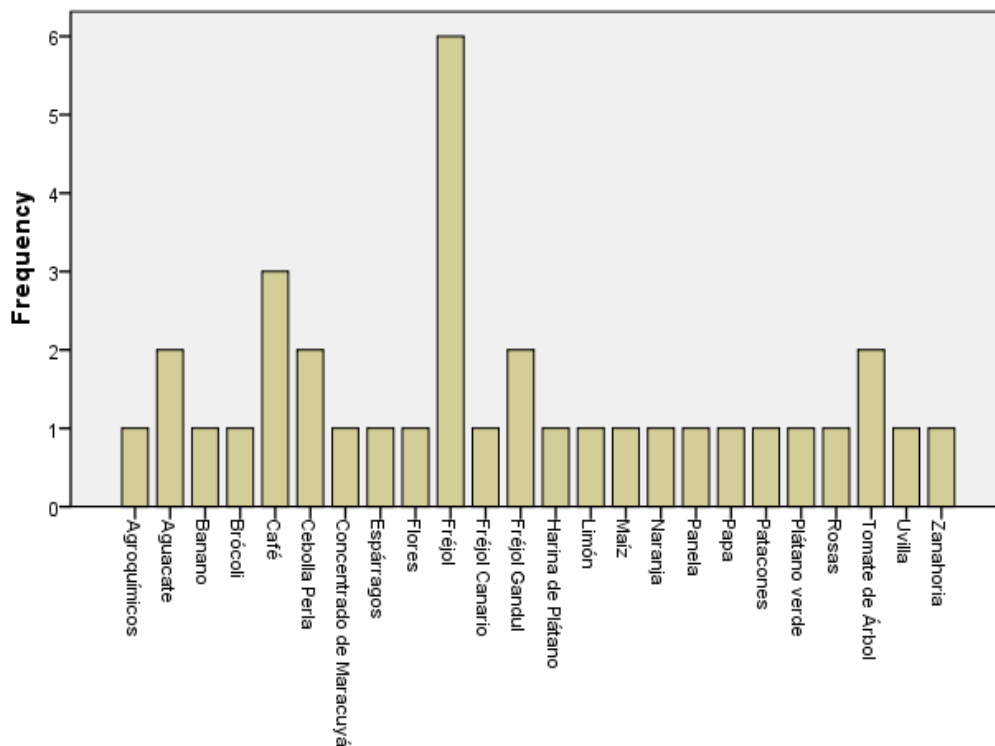
#### 4.1.1.70 ¿Cuál es el producto de mayor rotación (ventas) en su empresa?

**Tabla 91**

##### *Producto de mayor rotación (Ventas)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Agroquímicos	1	2,9	2,9	2,9
	Aguacate	2	5,7	5,7	8,6
	Banano	1	2,9	2,9	11,4
	Brócoli	1	2,9	2,9	14,3
	Café	3	8,6	8,6	22,9
	Cebolla Perla	2	5,7	5,7	28,6
	Concentrado de Maracuyá	1	2,9	2,9	31,4
	Espárragos	1	2,9	2,9	34,3
	Flores	1	2,9	2,9	37,1
	Fréjol	6	17,1	17,1	54,3
	Fréjol Canario	1	2,9	2,9	57,1
	Fréjol Gandul	2	5,7	5,7	62,9
	Harina de Plátano	1	2,9	2,9	65,7
	Limón	1	2,9	2,9	68,6
	Maíz	1	2,9	2,9	71,4
	Naranja	1	2,9	2,9	74,3
	Panela	1	2,9	2,9	77,1
	Papa	1	2,9	2,9	80
	Patacones	1	2,9	2,9	82,9
	Plátano verde	1	2,9	2,9	85,7
	Rosas	1	2,9	2,9	88,6
	Tomate de Árbol	2	5,7	5,7	94,3
	Uvilla	1	2,9	2,9	97,1
	Zanahoria	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 99** Producto de mayor rotación (Ventas)

**Fuente:** Investigación de campo

El fréjol con 17,1% es el producto de mayor rotación y que genera mayor ingreso por la actividad agroexportadora; dentro de este también se encuentran el fréjol gandul con un 5,7% de participación y el fréjol canario con un 2,9%. Esto quiere decir que este producto es altamente exportable.

En segundo lugar está el café con un 8,6% en todas sus presentaciones, la zona norcentral de la provincia de Pichincha cuenta con la producción de café en grano.

En tercer lugar se encuentra el aguacate, la cebolla perla y el tomate de árbol con un 5,7% de participación cada uno.

Los productos que generan mayor ingreso son productos que posee la mancomunidad y a futuro representa oportunidades una vez establecidos los requerimientos de los agroexportadores.

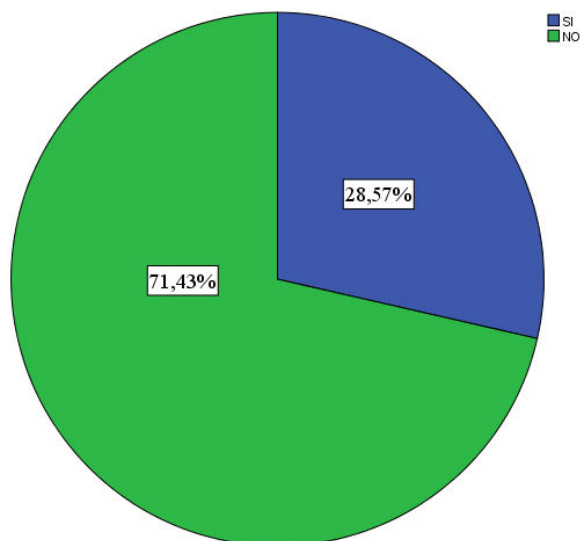
#### 4.1.1.71 ¿Es suficiente el abastecimiento actual de productos?

*Tabla 92*

*Suficiente abastecimiento de productos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	10	28,6	28,6	28,6
	NO	25	71,4	71,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 100 Suficiente abastecimiento de productos*

**Fuente: Investigación de campo**

El 71,4% de encuestados mencionaron que no es suficiente el abastecimiento actual de sus productos y el 28,57% de encuestados dijeron que si es suficiente, por lo general estas personas o empresas son los que tienen producción propia y se autoabastecen de productos para la exportación.

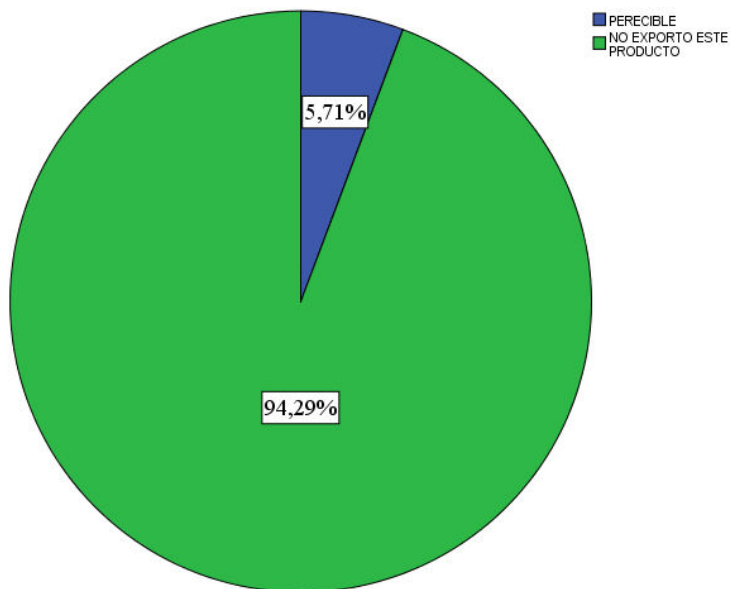
#### 4.1.1.72 Grado de perecibilidad cebolla:

*Tabla 93*

##### *Grado de perecibilidad cebolla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PERECIBLE	2	5,7	5,7	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 101 Grado de perecibilidad cebolla*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,7 % de las personas consideran que este producto es perecible en un grado tres siendo 5 el grado altamente perecible.

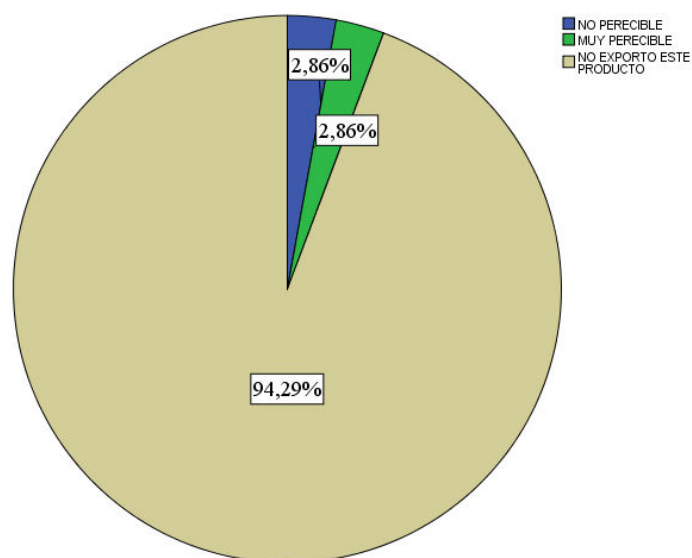
#### 4.1.1.73 Grado de perecibilidad sandía

*Tabla 94*

##### *Grado de perecibilidad sandía*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 102 Grado de perecibilidad sandía*

**Fuente: Investigación de campo**

El 3% de las personas considera que la sandía es un producto no perecible, sin embargo hay otro 3% de encuestados que considera que es un producto muy perecible.

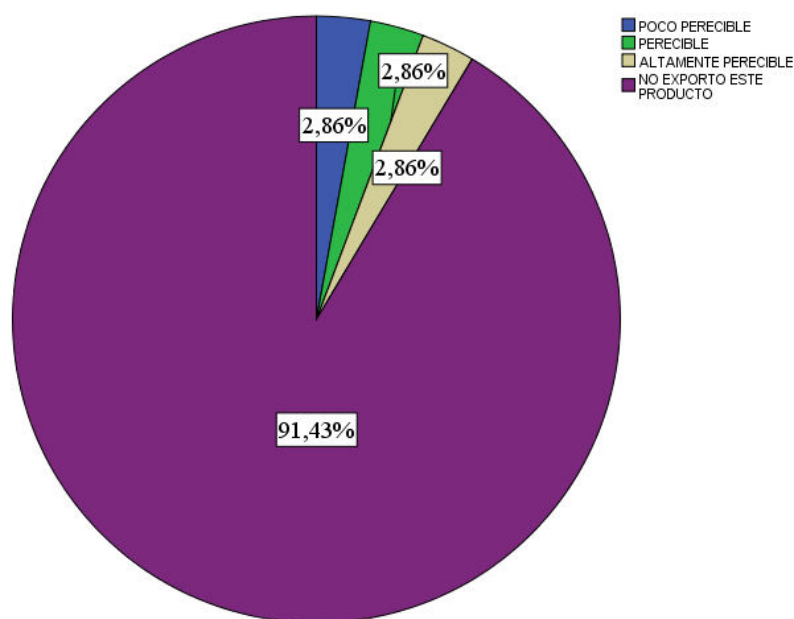
#### 4.1.1.74 Grado de perecibilidad arroz

*Tabla 95*

##### *Grado de perecibilidad arroz*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	ALTAMENTE PERECIBLE	1	2,9	2,9	8,6
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 103 Grado de perecibilidad arroz*

**Fuente: Investigación de campo**

El 3% de encuestados consideran que este producto es poco perecible, perecible y altamente perecible, en todos los casos.

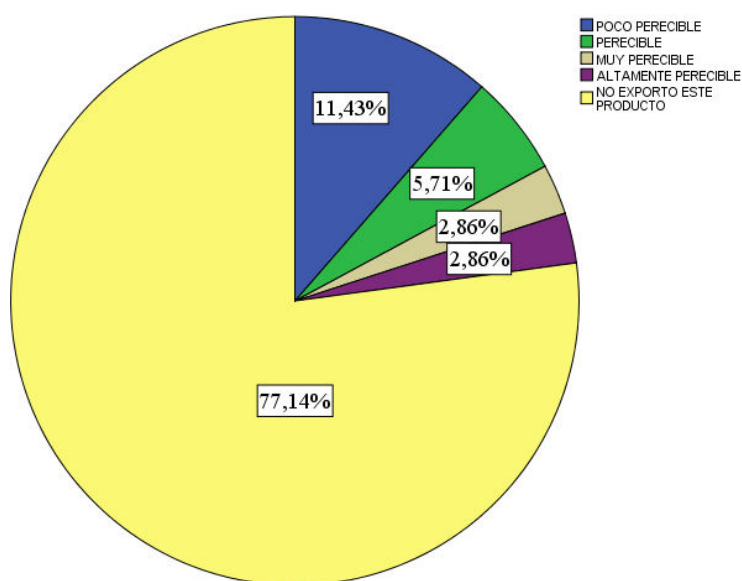
#### 4.1.1.75 Grado de perecibilidad fréjol

*Tabla 96*

##### *Grado de perecibilidad fréjol*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid POCO PERECIBLE	4	11,4	11,4	11,4
PERECIBLE	2	5,7	5,7	17,1
MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	20
ALTAMENTE PERECIBLE	1	2,9	2,9	22,9
NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	27	77,1	77,1	100
Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 104** *Grado de perecibilidad fréjol*

**Fuente: Investigación de campo**

El fréjol es considerado poco perecible por un 11,43% de encuestados, para un 5,71% es considerado un producto perecible.

Para un 3% de encuestados el producto es considerado muy perecible y altamente perecible en ambos casos.

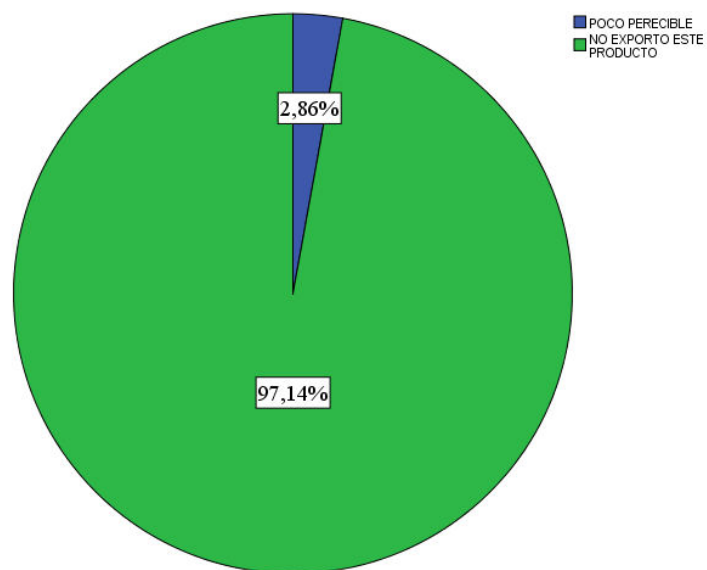
#### 4.1.1.76 Grado de perecibilidad banano

*Tabla 97*

##### *Grado de perecibilidad banano*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 105 Grado de perecibilidad banano*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de los encuestados consideran que el banano es un producto poco perecible dependiendo la época de la cosecha.



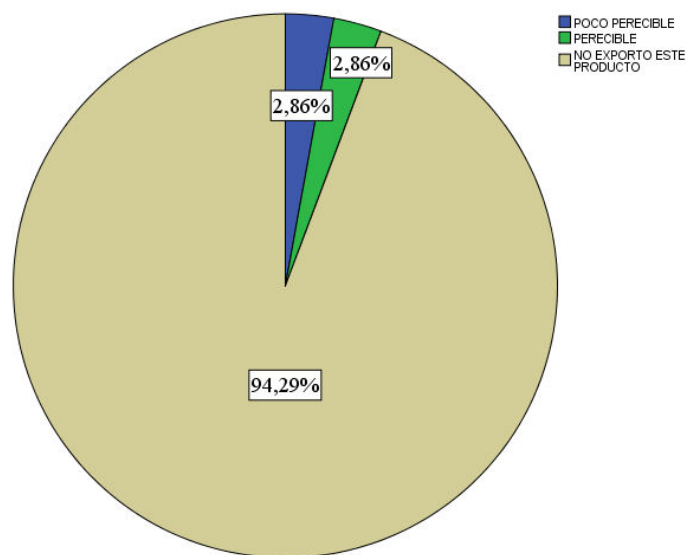
#### 4.1.1.77 Grado de perecibilidad fréjol gandul

*Tabla 98*

##### *Grado de perecibilidad fréjol gandul*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 106 Grado de perecibilidad fréjol gandul*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas considera que el fréjol gandul es poco perecible.

El 2,86% de las personas también considera que es perecible.

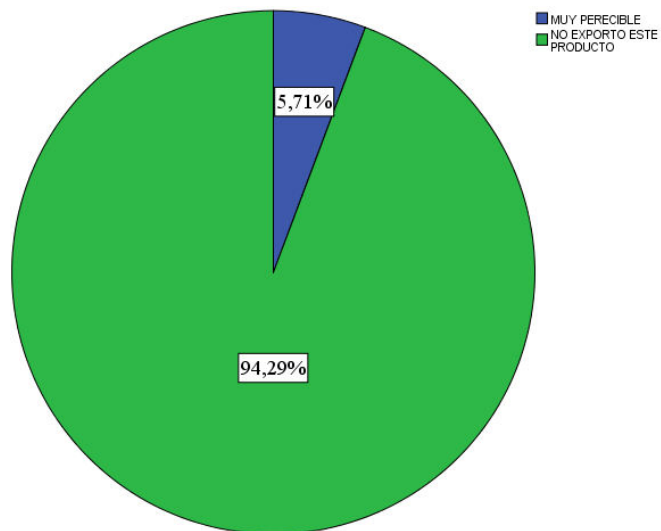
#### 4.1.1.78 Grado de perecibilidad aguacate

*Tabla 99*

##### *Grado de perecibilidad aguacate*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	2	5,7	5,7	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 107 Grado de perecibilidad aguacate*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71 de empresas y agroexportadores encuestados consideran que el aguacate es un producto muy perecible.

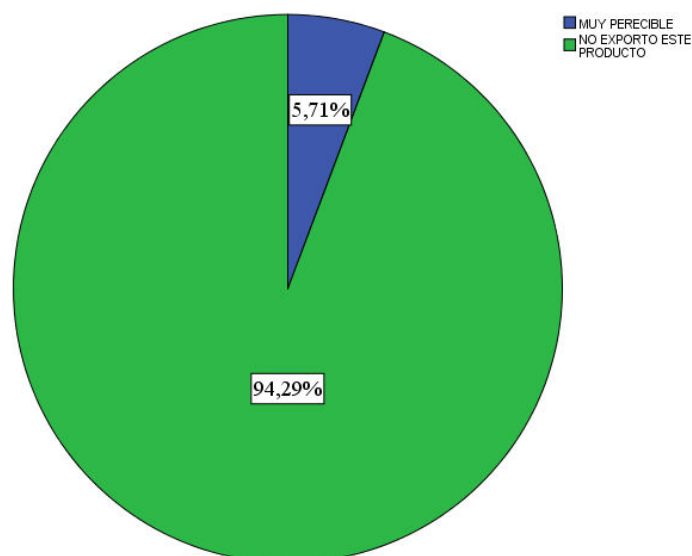
#### 4.1.1.79 Grado de perecibilidad tomate de árbol

**Tabla 100**

**Grado de perecibilidad tomate de árbol**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	2	5,7	5,7	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 108 Grado de perecibilidad tomate de árbol**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de los encuestados ya sean personas o empresas agroexportadoras consideran que este producto es muy perecible, lo que significa que su exportación requiere de mayor cuidado o se debe recurrir a la exportación del aguacate Haz que es un tipo de aguacate que demora más tiempo en madurar.

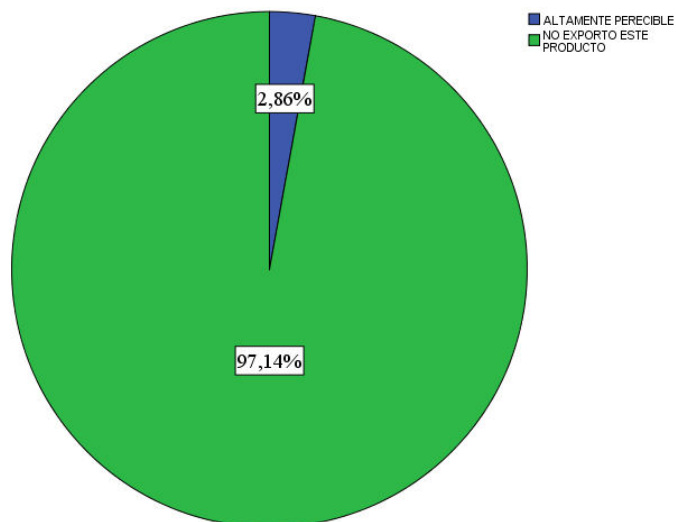
#### 4.1.1.80 Grado de perecibilidad granadilla

*Tabla 101*

*Grado de perecibilidad granadilla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ALTAMENTE PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 109 Grado de perecibilidad granadilla*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que la granadilla es un producto altamente perecible.

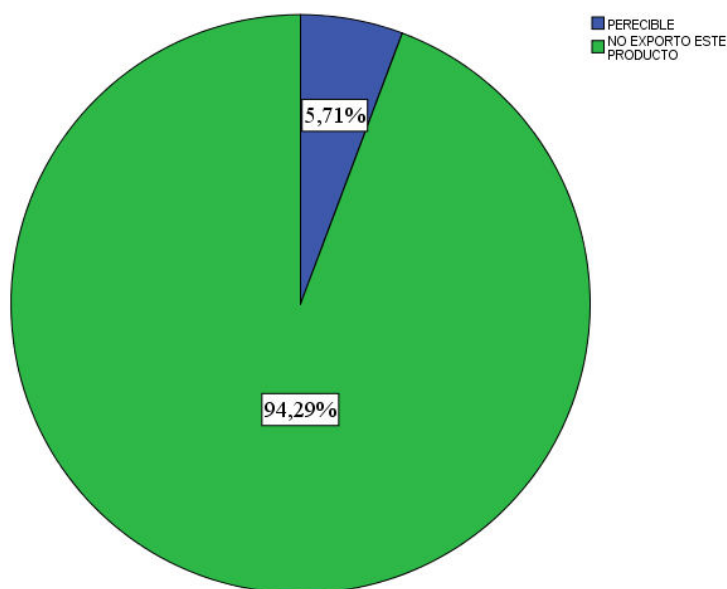
#### 4.1.1.81 Grado de perecibilidad uvilla

*Tabla 102*

##### *Grado de perecibilidad uvilla*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b> PERECIBLE	2	5,7	5,7	5,7
NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 110 Grado de perecibilidad uvilla*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,7% de empresas o personas encuestadas considera que la uvilla es perecible en un grado medio de 3, siendo 5 el grado más alto de perecibilidad.

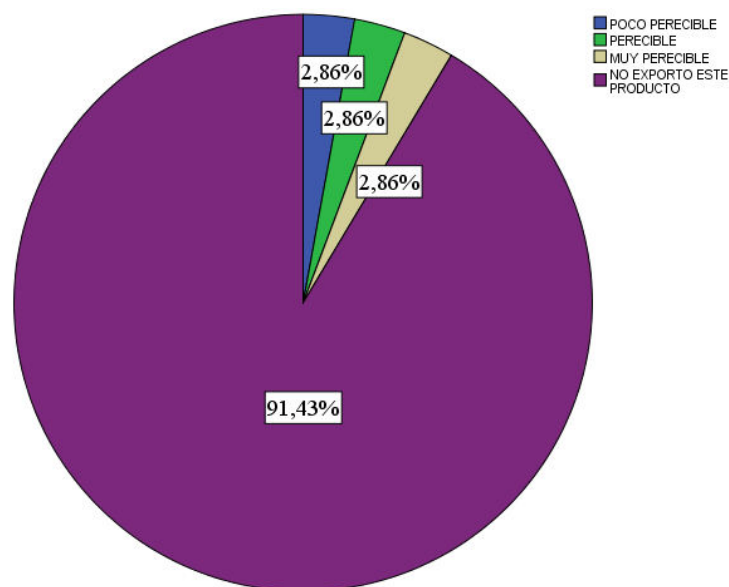
#### 4.1.1.82 Grado de perecibilidad maíz

*Tabla 103*

##### *Grado de perecibilidad maíz*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	8,6
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 111 Grado de perecibilidad maíz*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de personas y empresas agroexportadoras consideran que el maíz es poco perecible, perecible y muy perecible en los tres casos similares.

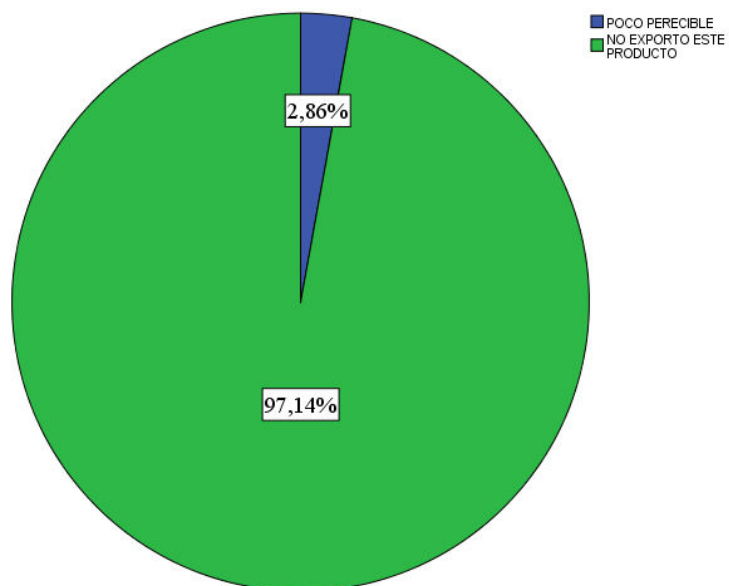
#### 4.1.1.82 Grado de perecibilidad morochillo

*Tabla 104*

##### *Grado de perecibilidad morochillo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 112 Grado de perecibilidad morochillo*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de los encuestados ya sean empresas o personas agroexportadores de morochillo consideran que es un producto poco perecible.

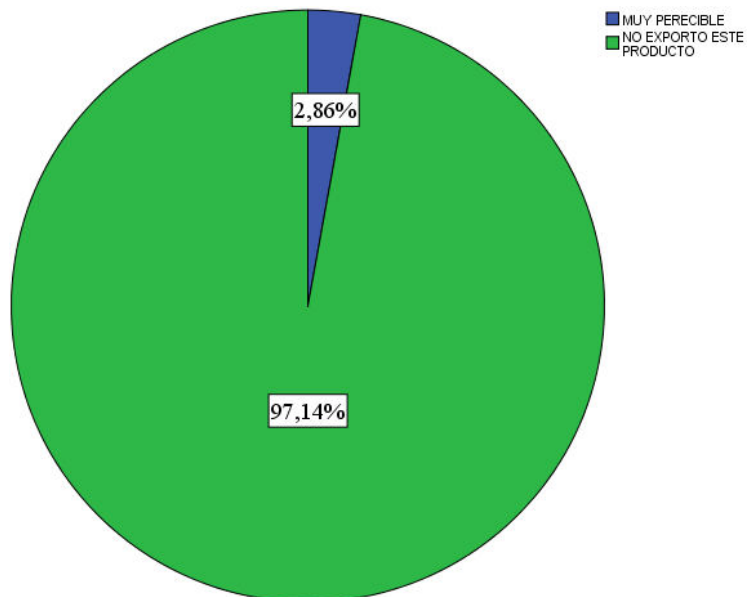
#### 4.1.1.83 Grado de perecibilidad panela

*Tabla 105*

##### *Grado de perecibilidad panela*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 113 Grado de perecibilidad panela*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las empresas o personas agroexportadoras consideran que la panela que está hecha en base de la caña de azúcar es muy perecible.



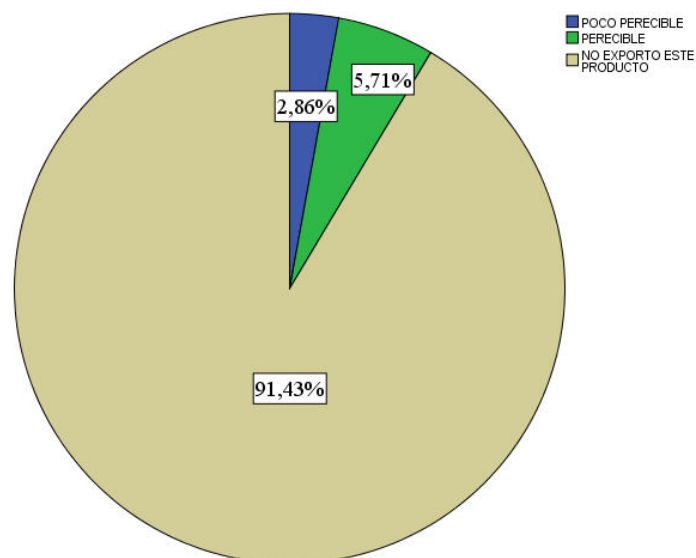
#### 4.1.1.84 Grado de perecibilidad naranja

**Tabla 106**

**Grado de perecibilidad naranja**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	2	5,7	5,7	8,6
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 114 Grado de perecibilidad naranja**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas considera que la naranja es perecible en grado tres siendo 5 el grado más alto de perecibilidad.

El 2,86% de las empresas consideran que la naranja es un producto poco perecible.

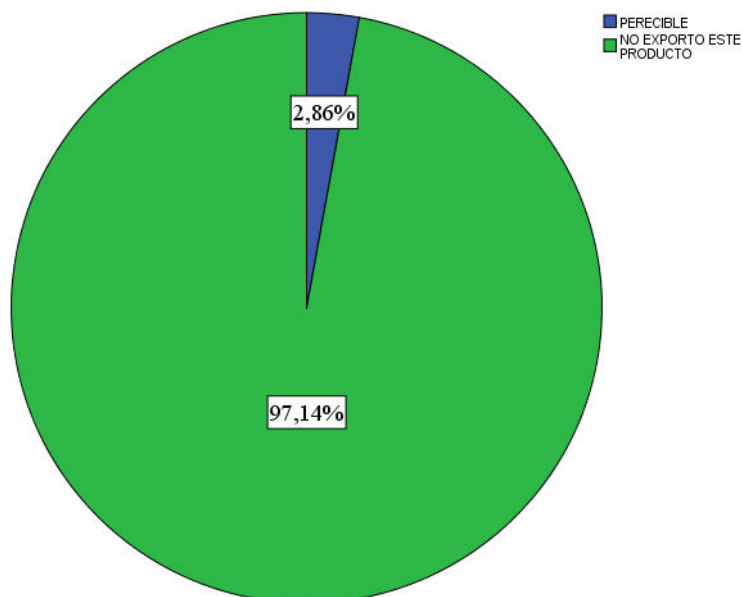
#### 4.1.1.85 Grado de perecibilidad plátano verde

*Tabla 107*

##### *Grado de perecibilidad plátano verde*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 115 Grado de perecibilidad plátano verde*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las empresas o personas agroexportadoras consideran que el plátano verde es un producto perecible en grado 3 siendo 5 el grado más alto en perecibilidad.

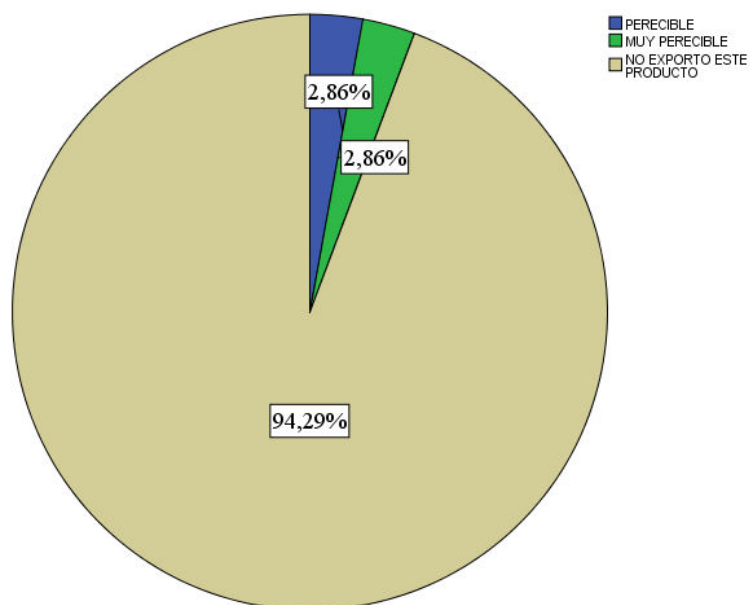
#### 4.1.1.86 Grado de perecibilidad papa

*Tabla 108*

##### *Grado de perecibilidad papa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 116 Grado de perecibilidad papa*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la papa es un producto perecible y muy perecible en el mismo porcentaje.

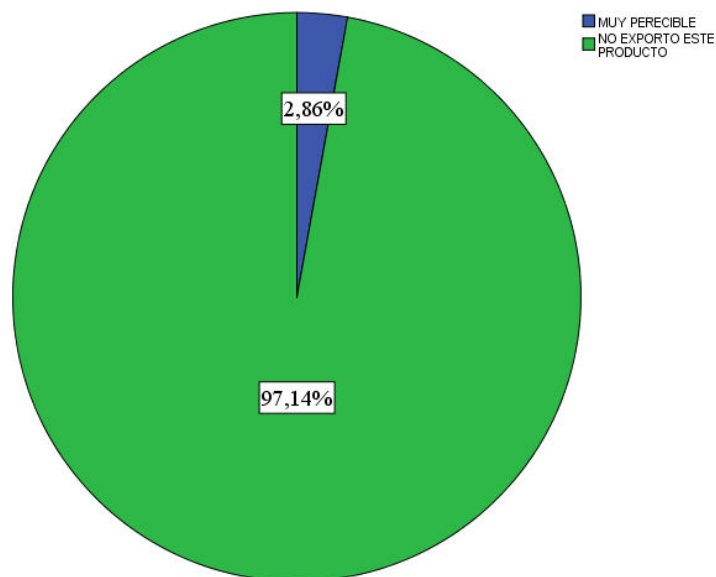
#### 4.1.1.87 Grado de perecibilidad zanahoria

*Tabla 109*

##### *Grado de perecibilidad zanahoria*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 117 Grado de perecibilidad zanahoria*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la zanahoria es un producto muy perecible.

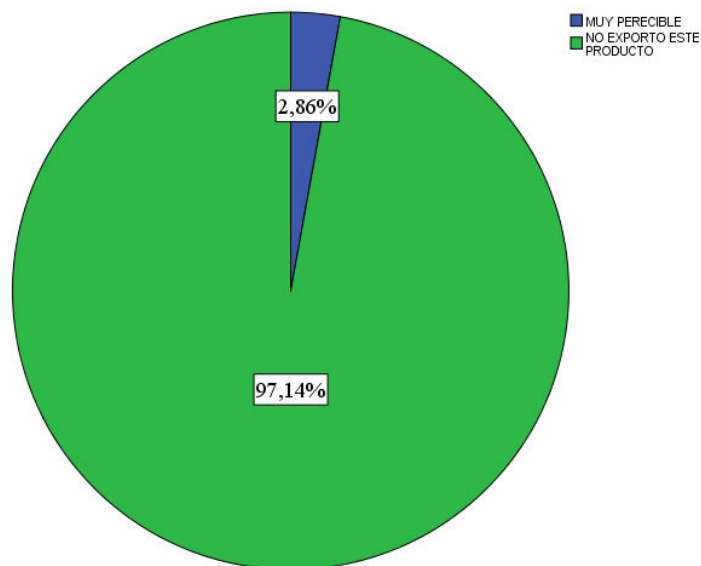
#### 4.1.1.88 Grado de perecibilidad malanga

*Tabla 110*

##### *Grado de perecibilidad malanga*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 118 Grado de perecibilidad malanga*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la malanga es un producto muy perecible.

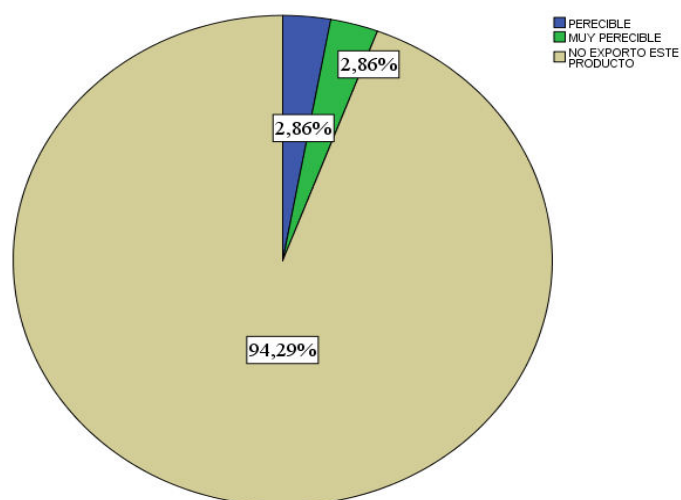
#### 4.1.1.89 Grado de perecibilidad yuca

*Tabla 111*

##### *Grado de perecibilidad yuca*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 119 Grado de perecibilidad yuca*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la yuca es un producto perecible y muy perecible con el mismo porcentaje en ambos casos.

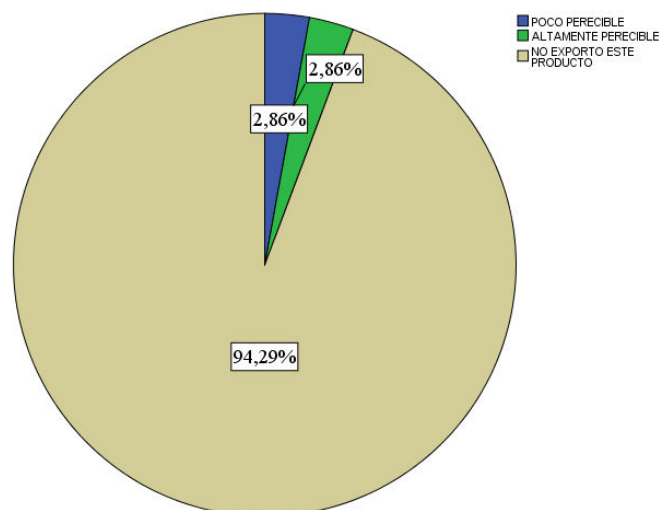
#### 4.1.1.90 Grado de perecibilidad limón

*Tabla 112*

##### *Grado de perecibilidad limón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	ALTAMENTE PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 120** *Grado de perecibilidad limón*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el limón es un producto poco perecible y altamente perecible con el mismo porcentaje en ambos casos.

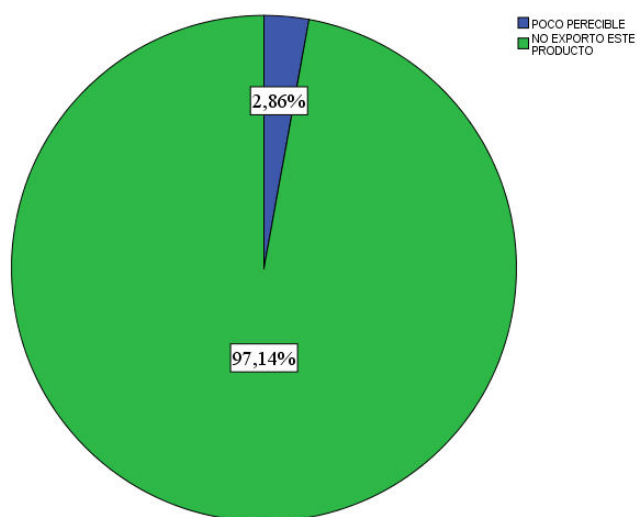
#### 4.1.1.91 Grado de perecibilidad jengibre

*Tabla 113*

##### *Grado de perecibilidad jengibre*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 121 Grado de perecibilidad jengibre*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el jengibre es un producto poco perecible.



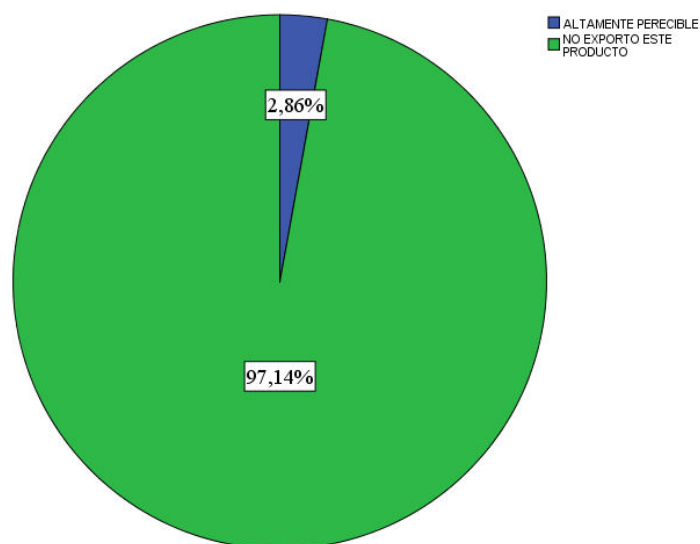
#### 4.1.1.92 Grado de perecibilidad brócoli

*Tabla 114*

##### *Grado de perecibilidad brócoli*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ALTAMENTE PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 122 Grado de perecibilidad brócoli*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el brócoli es un producto altamente perecible.

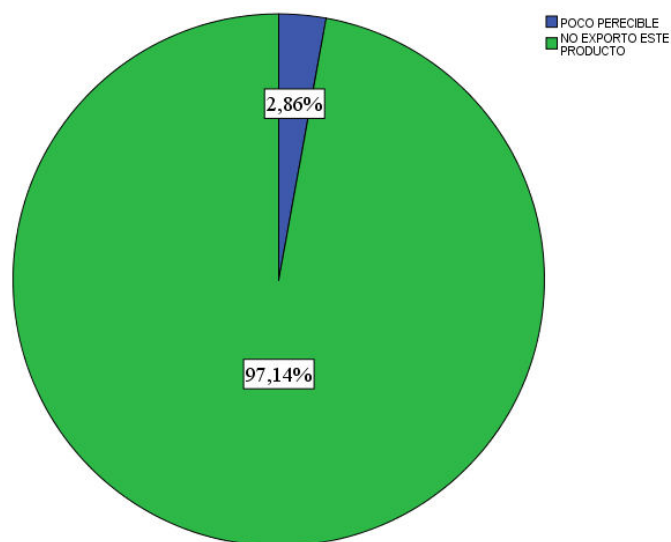
#### 4.1.1.93 Grado de perecibilidad agroquímicos:

*Tabla 115*

##### *Grado de perecibilidad agroquímicos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 123 Grado de perecibilidad agroquímicos*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que los agroquímicos son productos poco perecibles.

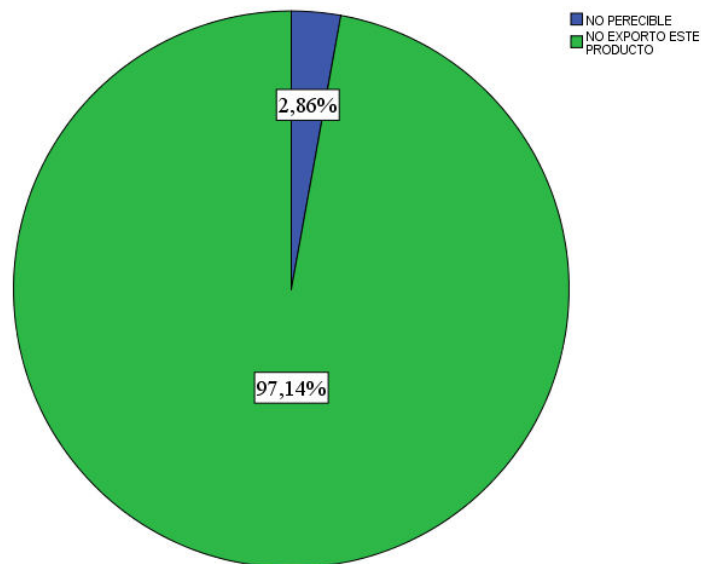
#### 4.1.1.94 Grado de perecibilidad espárragos

*Tabla 116*

##### *Grado de perecibilidad espárragos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 124 Grado de perecibilidad espárragos*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que los espárragos son productos no perecibles.

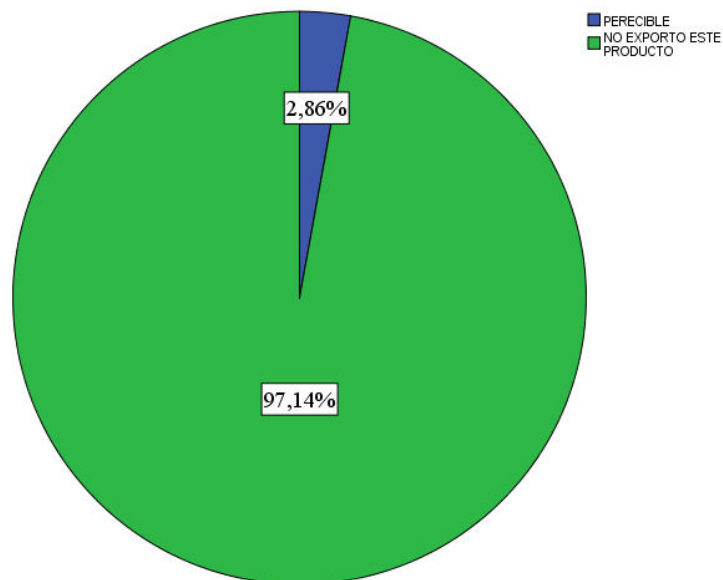
#### 4.1.1.95 Grado de perecibilidad patacones

*Tabla 117*

##### *Grado de perecibilidad patacones*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 125 Grado de perecibilidad patacones*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que los patacones son productos perecibles es decir en grado tres siendo 5 el grado más alto de perecibilidad.

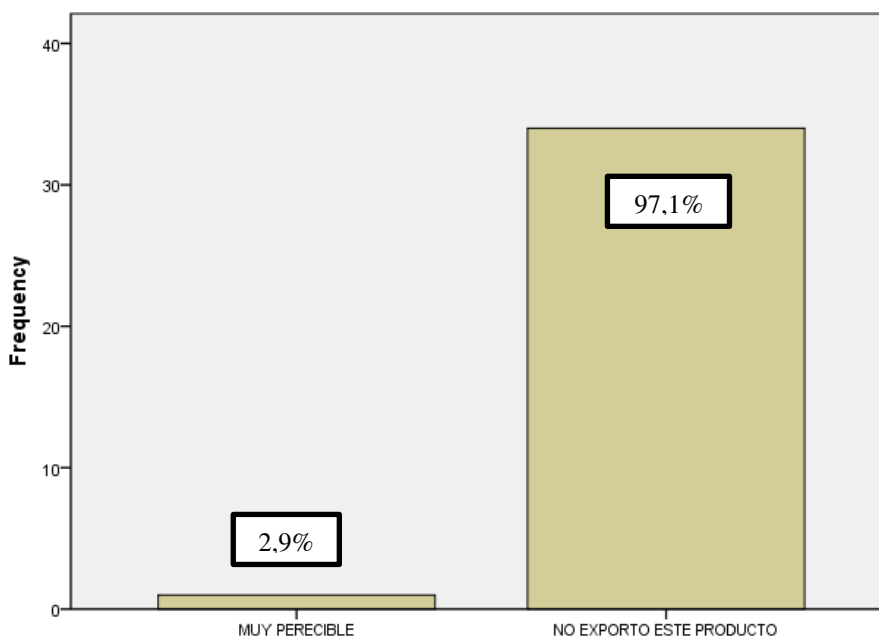
#### 4.1.1.96 Grado de perecibilidad rosas

*Tabla 118*

*Grado de perecibilidad rosas*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 126** Grado de perecibilidad rosas

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que las rosas son productos muy perecibles.

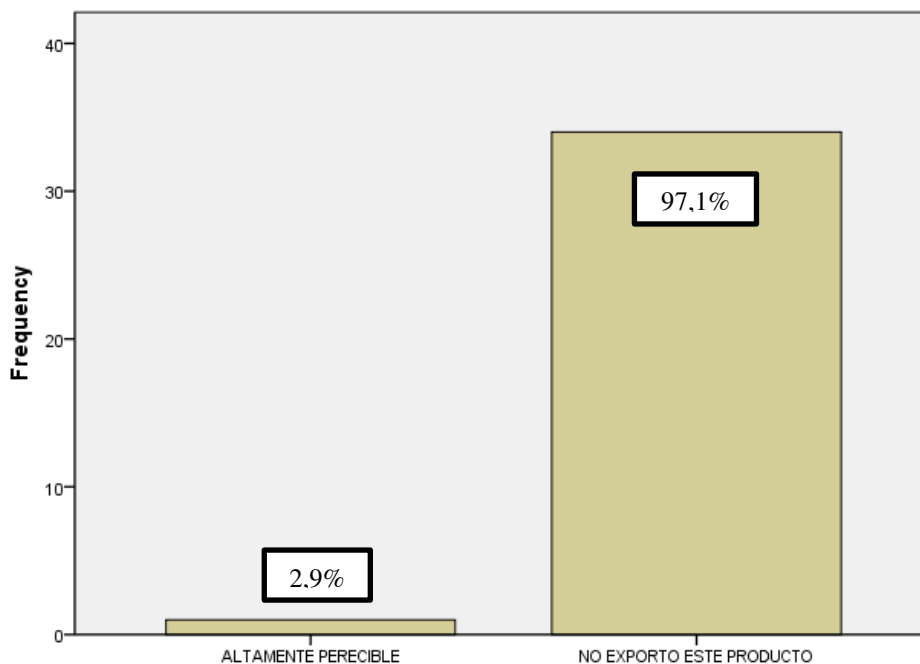
**4.1.1.97 Grado de perecibilidad flores**

*Tabla 119*

*Grado de perecibilidad flores*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ALTAMENTE PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 127** *Grado de perecibilidad flores*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que las flores son productos altamente perecibles.

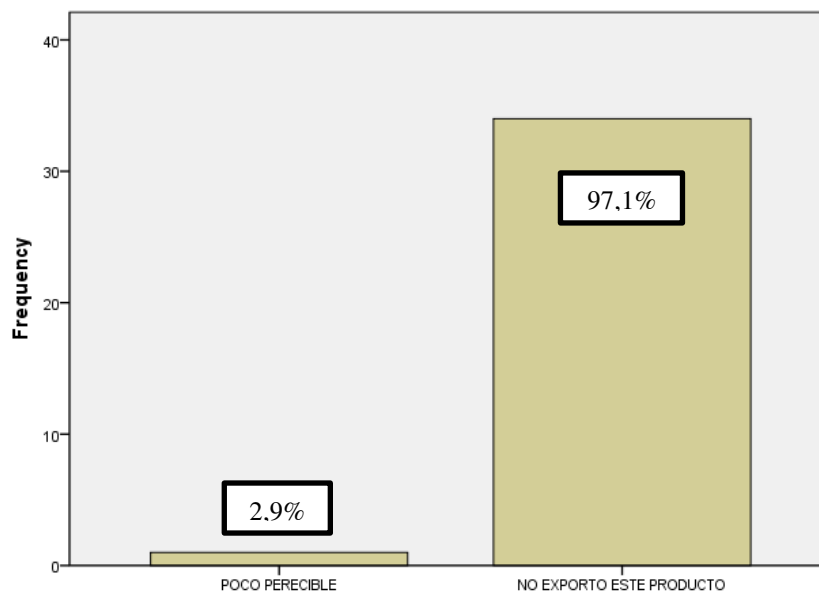
#### 4.1.1.98 Grado de perecibilidad chíá

*Tabla 120*

##### *Grado de perecibilidad chíá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 128** *Grado de perecibilidad chíá*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la chíá es un producto poco perecible.

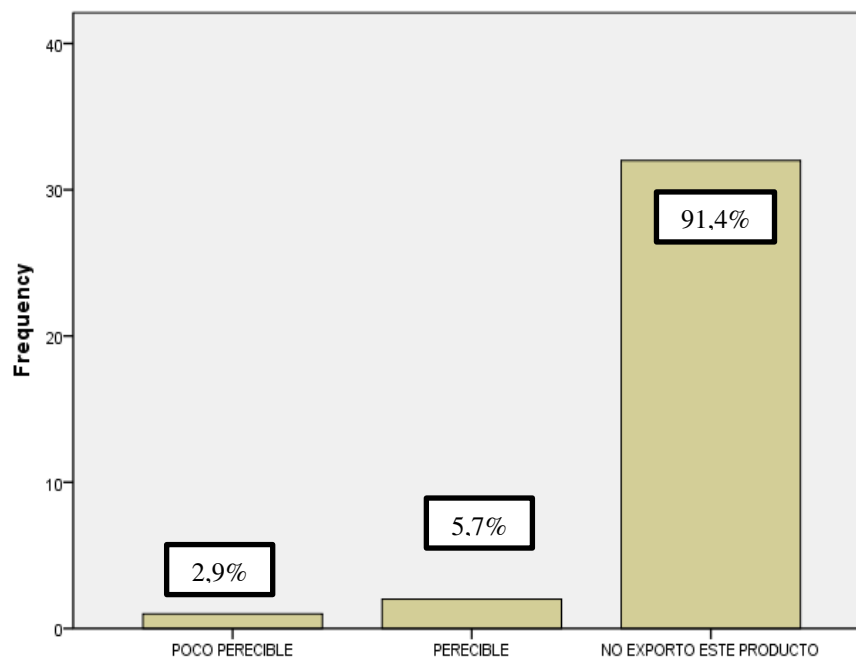
#### 4.1.1.99 Grado de perecibilidad café

*Tabla 121*

##### *Grado de perecibilidad café*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	2	5,7	5,7	8,6
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 129** *Grado de perecibilidad café*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el café es un producto poco perecible.

El 5,7% de las personas o empresas agroexportadoras consideran que el café es un producto perecible en grado tres siendo el máximo 5.



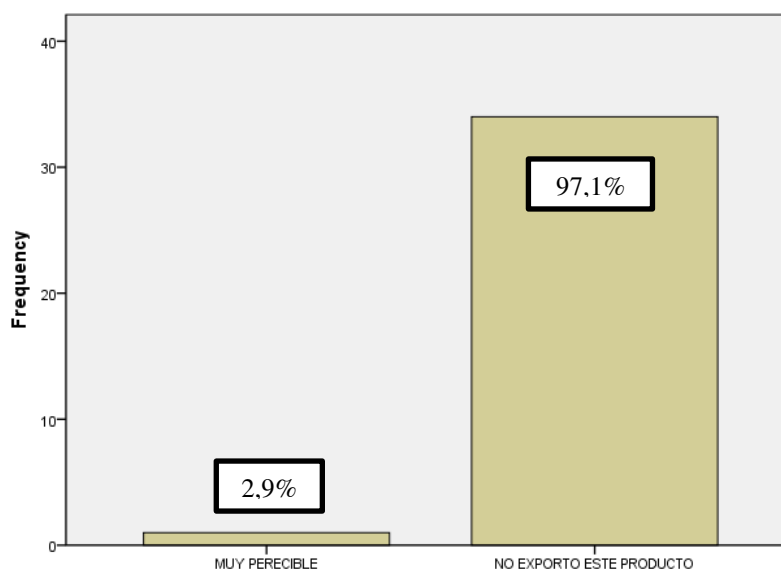
#### 4.1.1.100 Grado de perecibilidad concentrado de maracuyá

*Tabla 122*

##### *Grado de perecibilidad concentrado de maracuyá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 130** *Grado de perecibilidad concentrado de maracuyá*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el concentrado de maracuyá es un producto muy perecible por lo que en su logística debe manejar cadenas de frío.

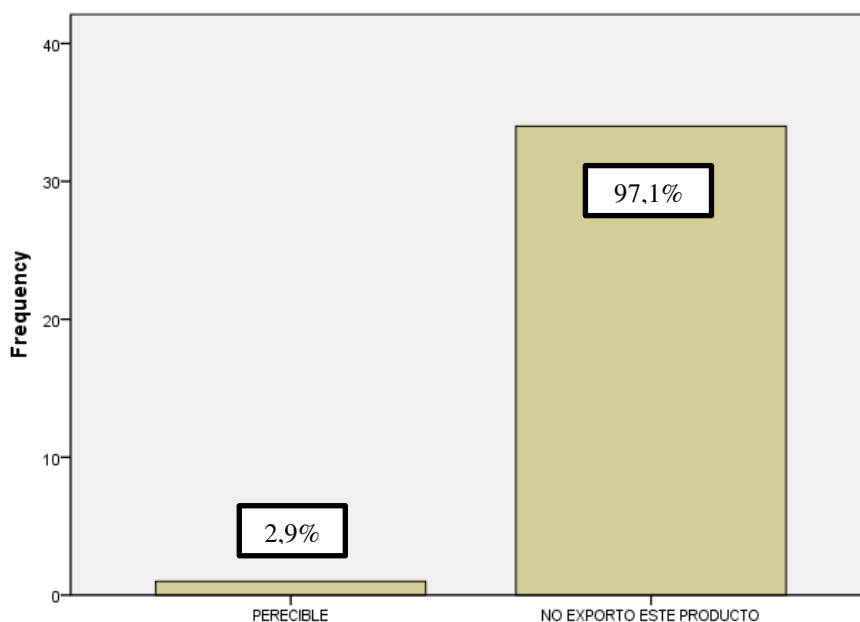
#### 4.1.1.101 Grado de perecibilidad tomate de riñón

*Tabla 123*

##### *Grado de perecibilidad tomate de riñón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 131** *Grado de perecibilidad tomate de riñón*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el tomate de riñón es un producto perecible en término medio 3 siendo 5 altamente perecible.

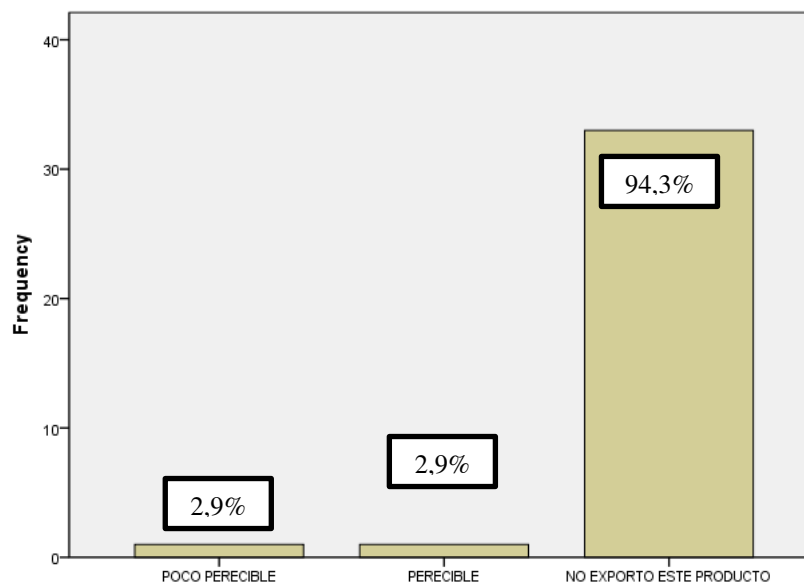
#### 4.1.1.102 Grado de perecibilidad mandarina

**Tabla 124**

**Grado de perecibilidad mandarina**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 132 Grado de perecibilidad mandarina**

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la mandarina es un producto poco perecible y perecible en ambos casos con el mismo porcentaje.

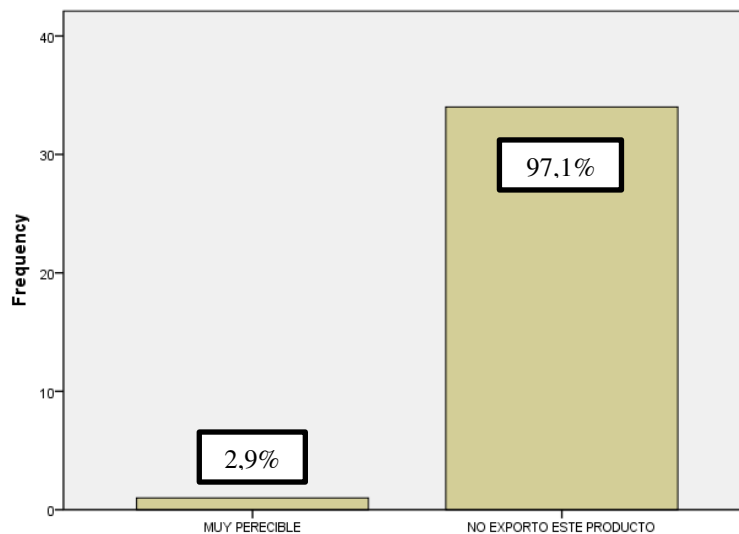
#### 4.1.1.103 Grado de perecibilidad maracuyá

*Tabla 125*

##### *Grado de perecibilidad maracuyá*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 133** *Grado de perecibilidad maracuyá*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el maracuyá es un producto muy perecible.

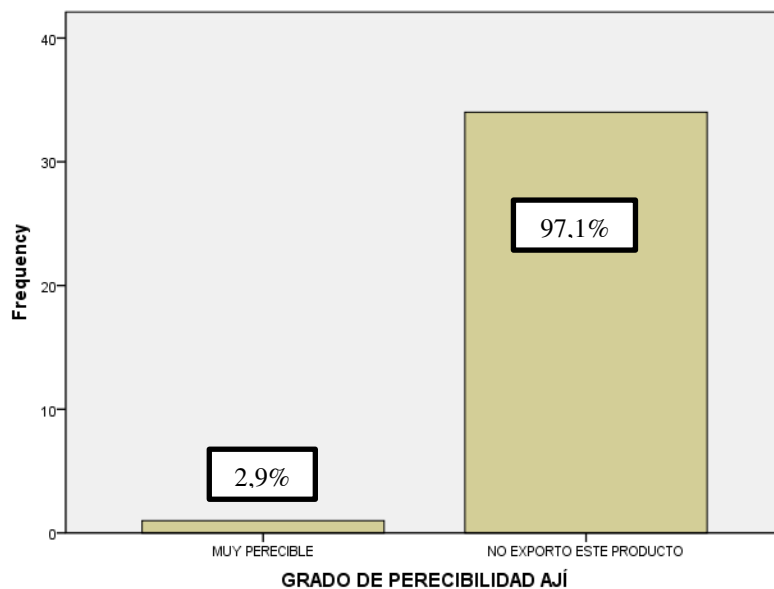
#### 4.1.1.104 Grado de perecibilidad ají

*Tabla 126*

*Grado de perecibilidad ají*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUY PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 134** *Grado de perecibilidad ají*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el ají es un producto muy perecible.

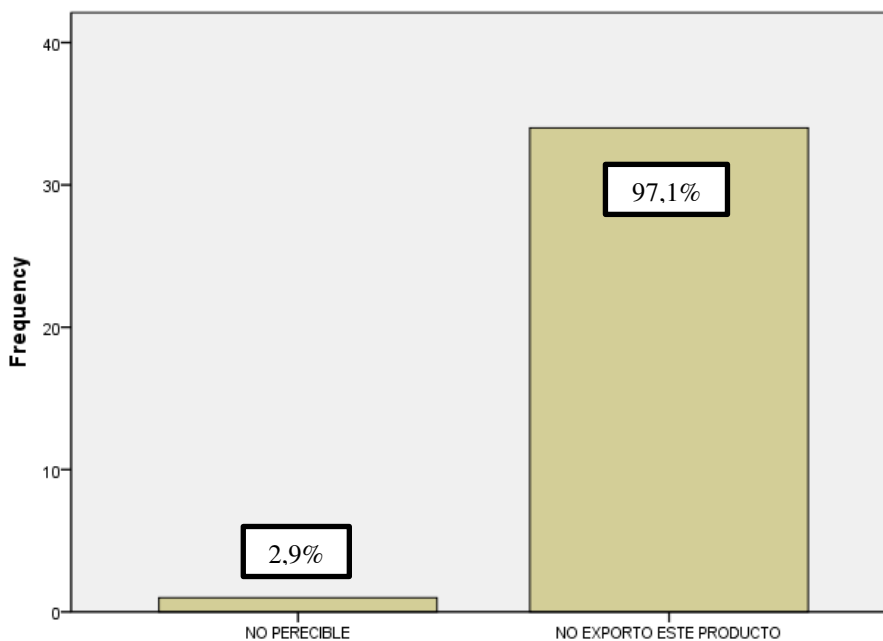
#### 4.1.1.105 Grado de perecibilidad harina de plátano

*Tabla 127*

##### *Grado de perecibilidad harina de plátano*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 135** *Grado de perecibilidad harina de plátano*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que la harina de plátano es un producto no perecible ya que pasa por un proceso productivo.

#### 4.1.1.106 Grado de perecibilidad pimienta

Tabla 128

##### Grado de perecibilidad pimienta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

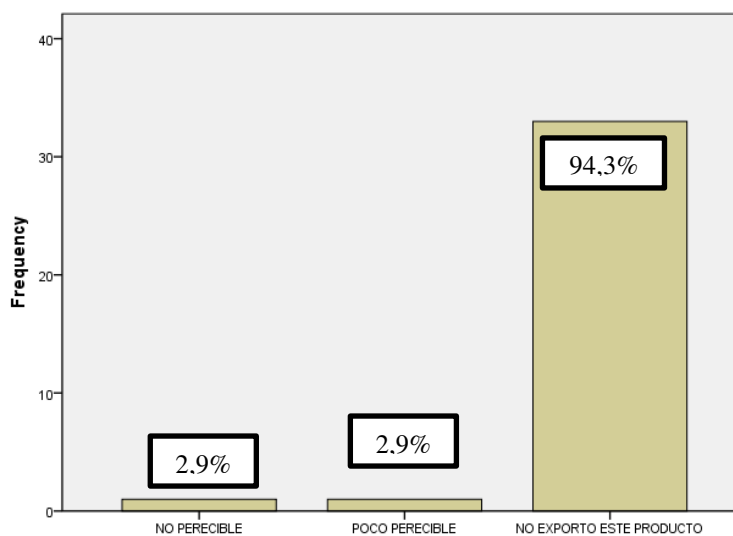


Figura 136 Grado de perecibilidad pimienta

Fuente: Investigación de campo

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el pimienta es un producto no perecible y poco perecible con el mismo porcentaje en ambos casos.

#### 4.1.1.107 Grado de perecibilidad soya

Tabla 129

##### Grado de perecibilidad soya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	POCO PERECIBLE	1	2,9	2,9	2,9
	PERECIBLE	1	2,9	2,9	5,7
	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

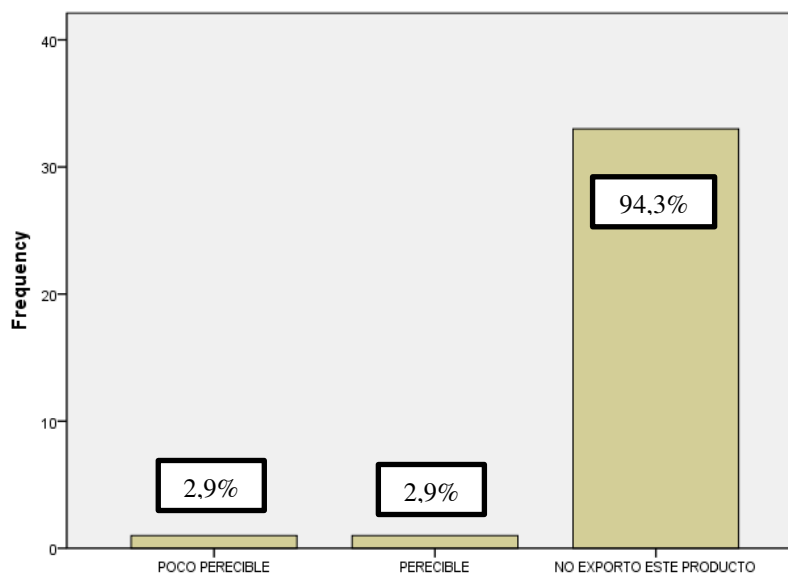


Figura 137 Grado de perecibilidad soya

Fuente: Investigación de campo

El 2,86% de las personas o empresas agroexportadoras encuestadas consideran que el pimiento es un producto poco perecible y perecible con el mismo porcentaje en ambos casos.



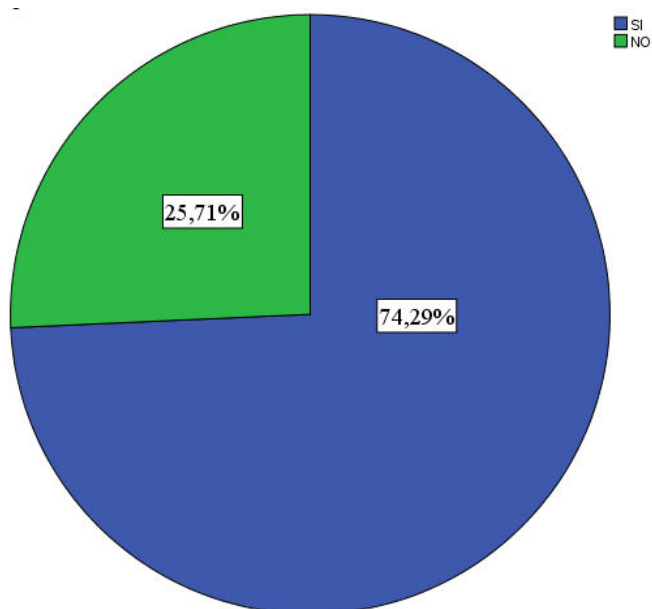
#### 4.1.1.108 ¿Su empresa cuenta con un departamento de control de calidad?

*Tabla 130*

##### *Departamento de control de calidad*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	26	74,3	74,3	74,3
	NO	9	25,7	25,7	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 138** Departamento de control de calidad

**Fuente:** Investigación de campo

El 74,29% de agroexportadores encuestados cuenta con un departamento de control de calidad, por lo general este segmento es el empresarial ya que se debe regir a la organización.

Con el 24,71% de encuestados agroexportadores se menciona que no poseen un departamento de control de calidad y por lo general son las personas naturales que se dedican a la exportación.

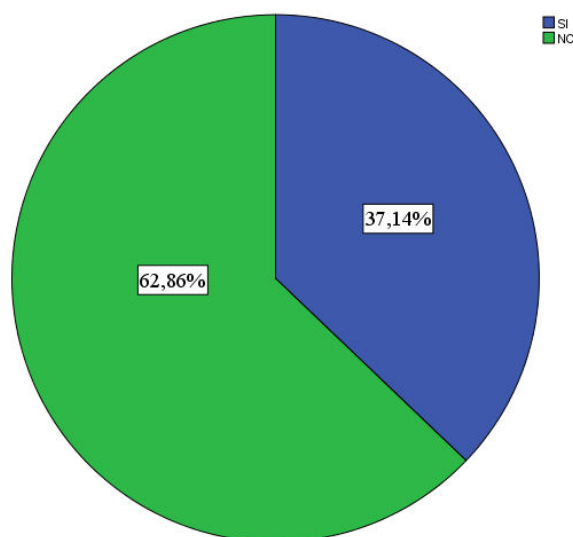
#### 4.1.1.109 Certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas)

*Tabla 131*

*Certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	13	37,1	37,1	37,1
	NO	22	62,9	62,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 139 Certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas)*

**Fuente: Investigación de campo**

El 37,14% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) que se maneja a nivel nacional para la producción de productos agrícolas.

Por otro lado en su mayoría el 62,86% no cuentan con esta certificación al dedicarse a obtener otras certificaciones internacionales.

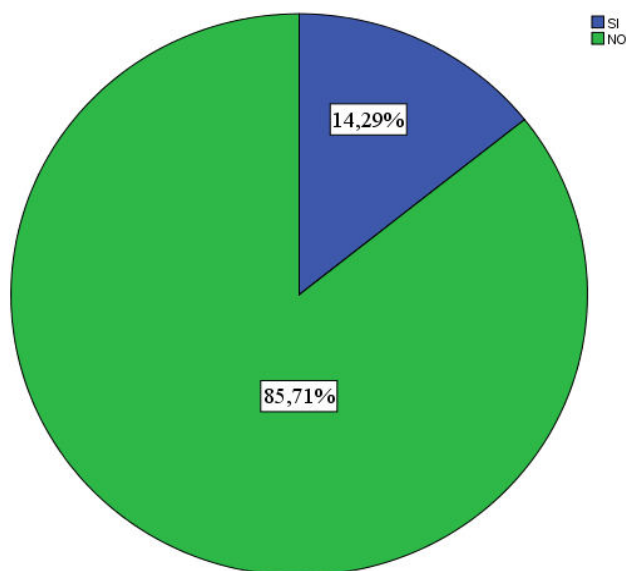
#### 4.1.1.110 Certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA)

*Tabla 132*

##### *Certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	5	14,3	14,3	14,3
	NO	30	85,7	85,7	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 140** *Certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA)*

**Fuente:** Investigación de campo

El 14,29% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación GLOBALGAP (Norma Mundial de BPA) que se maneja a nivel internacional para la producción de productos agrícolas.

Por otro lado en su mayoría el 85,71% no cuentan con esta certificación pero poseen otras internacionales.

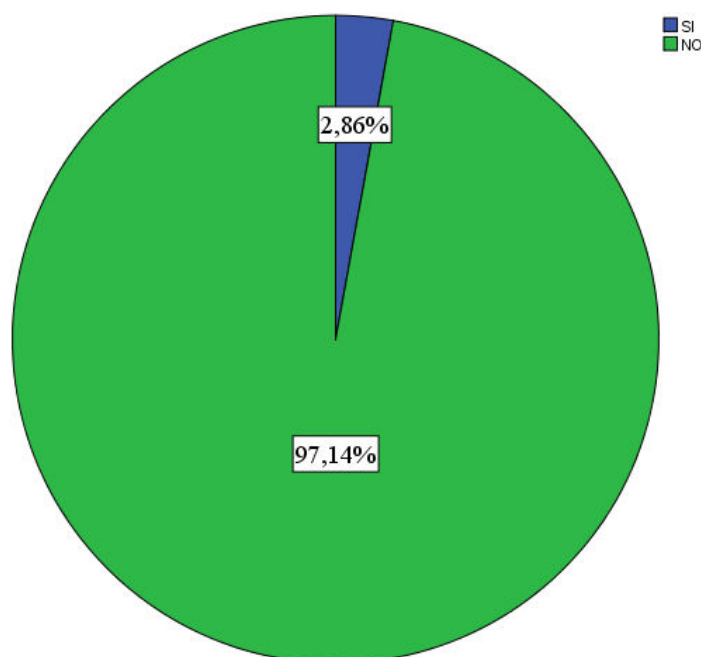
#### 4.1.1.111 Certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas)

*Tabla 133*

##### *Certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 141 Certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas)*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación BRC (Consortio Británico de Minoristas) que se maneja a nivel internacional para la producción de productos agrícolas.

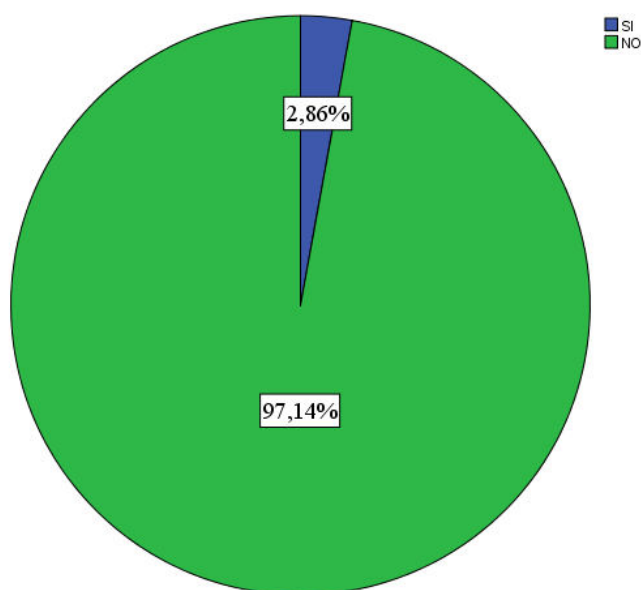
#### 4.1.1.112 Certificación EUREPGAP (Euro – Retailer – Produce Working Group – Eurep)

*Tabla 134*

##### *Certificación EUREPGAP*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SI	1	2,9	2,9	2,9
NO	34	97,1	97,1	100
Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 142 Certificación EUREPGAP*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación EUREPGAP que se maneja a nivel del continente europeo para productos agrícolas.

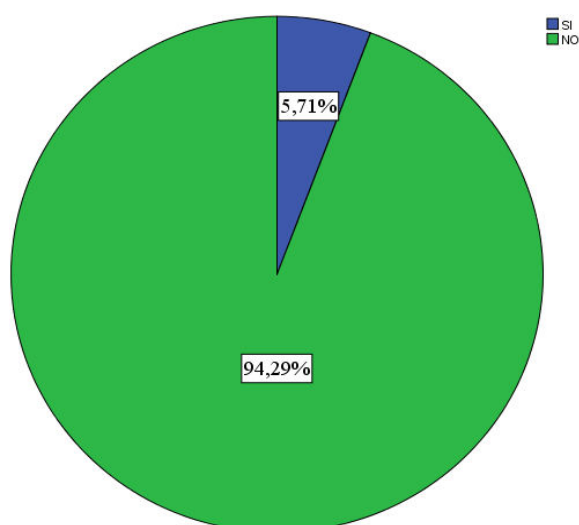
#### 4.1.1.113 Certificación BCS (Orgánica)

*Tabla 135*

##### *Certificación BCS (Orgánica)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 143 Certificación BCS (Orgánica)*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación BCS (Orgánica) que se maneja a nivel internacional europeo para productos agrícolas orgánicos.

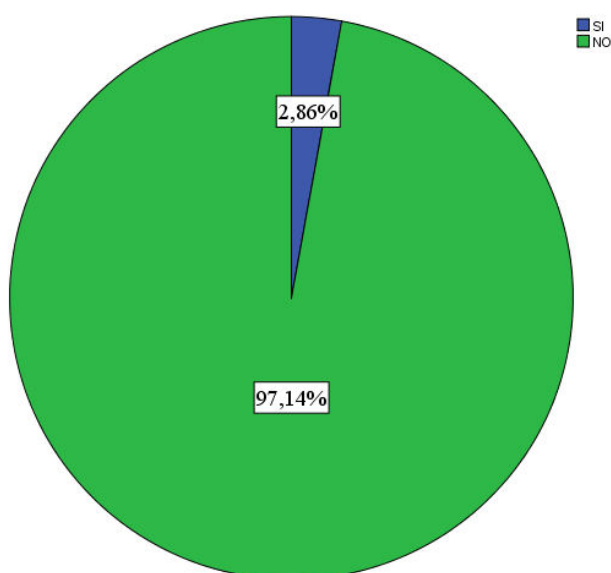
#### 4.1.1.114 Certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade)

*Tabla 136*

##### *Certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 144 Certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade)**

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación FLO ( Flocert- para Fairtrade) que se maneja a nivel internacional y es un grupo de empresas de varios países que exportan productos agrícolas.

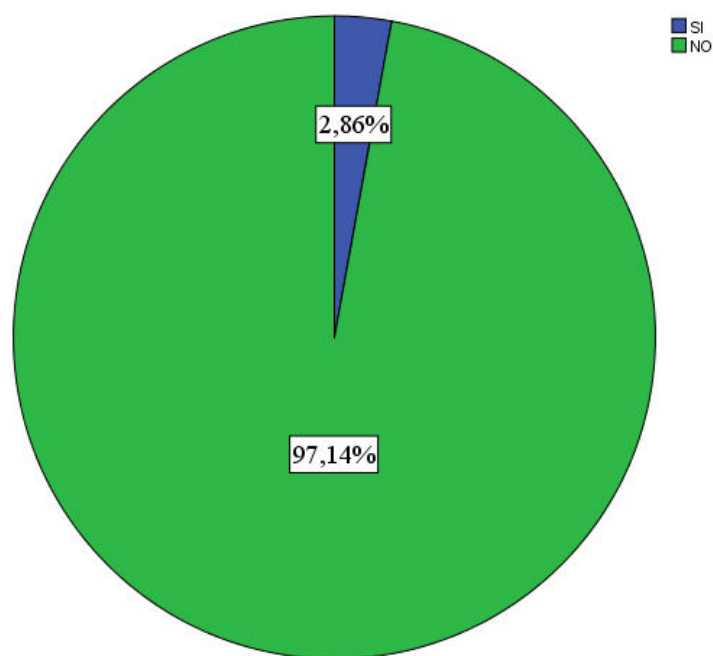
#### 4.1.1.115 Certificación SPP (Certificación de Comercio Justo para Pequeños Productores)

*Tabla 137*

##### *Certificación SPP*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 145 Certificación SPP*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2.86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación SPP (Certificación de Comercio Justo para Pequeños Productores) que se maneja a nivel internacional.



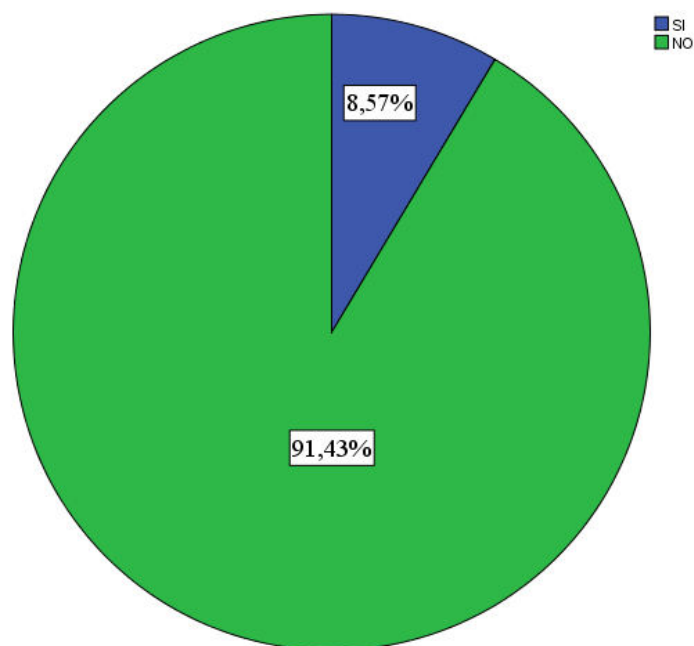
#### 4.1.1.116 Certificación ISO 9001

*Tabla 138*

##### *Certificación ISO 9001*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 146** Certificación ISO 9001

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación ISO 9001 que se maneja a nivel internacional para productos agrícolas.

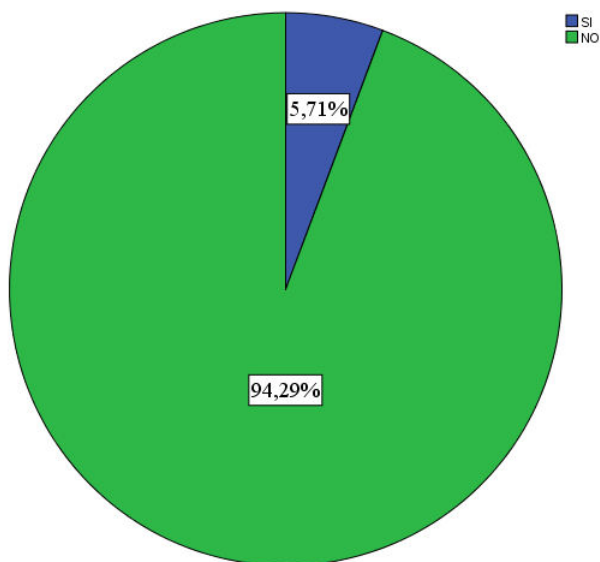
#### 4.1.1.117 Certificación ISO2008

*Tabla 139*

##### *Certificación ISO2008*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 147 Certificación ISO 2008**

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación ISO 2008 que se maneja a nivel internacional para productos agrícolas.

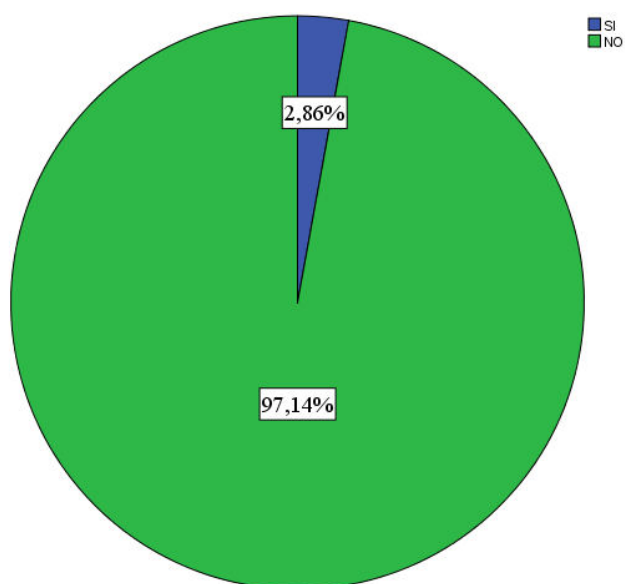
#### 4.1.1.118 Certificación USDA (United States Department Of Agriculture)

*Tabla 140*

##### *Certificación USDA*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 148 Certificación USDA*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación USDA (United States Department Of Agriculture) que se maneja a nivel de los Estados Unidos para productos agrícolas.

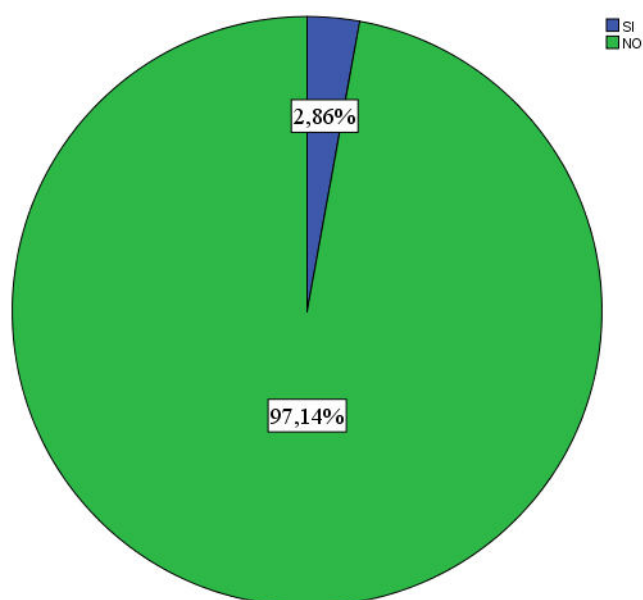
#### 4.1.1.119 Certificación Sello Verde

*Tabla 141*

##### *Certificación Sello Verde*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 149 Certificación Sello Verde*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación Sello verde que se maneja a nivel internacional para productos agrícolas.

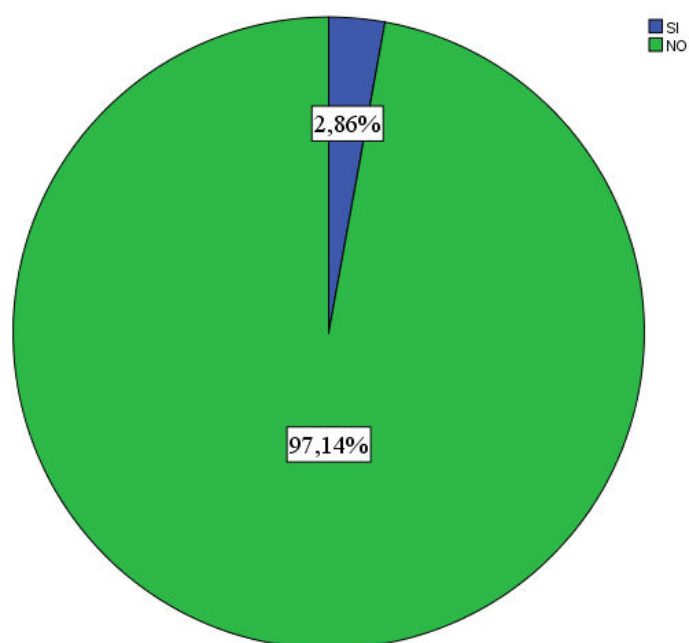
#### 4.1.1.120 Certificación PRIMUSLAB

*Tabla 142*

##### *Certificación PRIMUSLAB*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 150** *Certificación PRIMUSLAB*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación PRIMUSLAB que se maneja a nivel internacional para productos agrícolas en los laboratorios Primus.

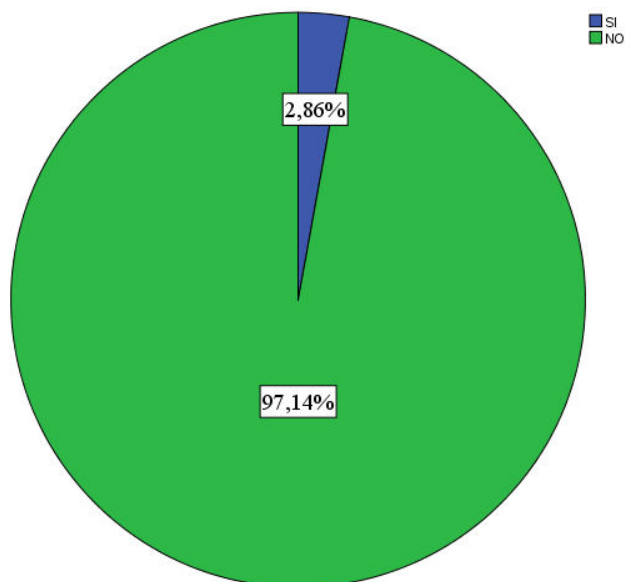
#### 4.1.1.121 Certificación OHSAS 18001

*Tabla 143*

##### *Certificación OHSAS 18001*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 151 Certificación OHSAS 18001*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación OHSAS 18001 que se maneja a nivel internacional para productos agrícolas.

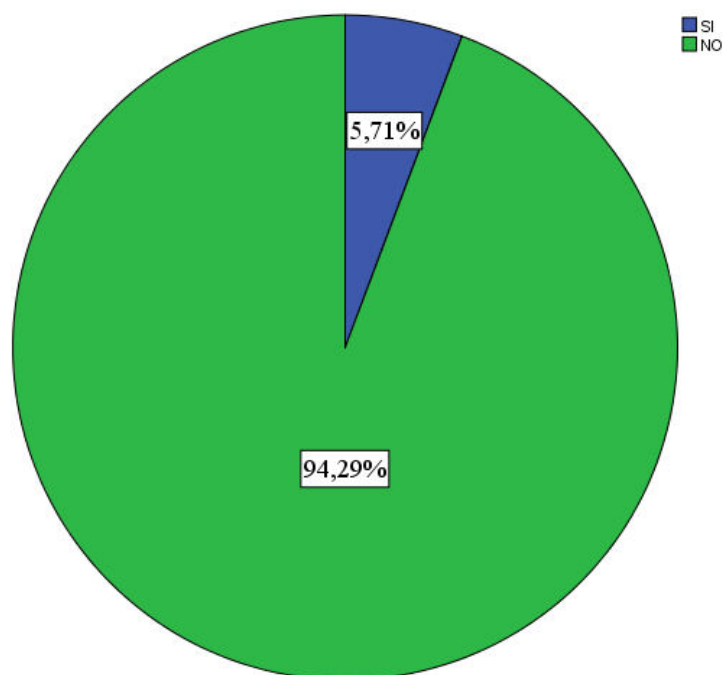
#### 4.1.1.122 Certificación BPM (Buenas Prácticas de Manufactura)

*Tabla 144*

##### *Certificación BPM*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 152 Certificación BPM*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) que se maneja a nivel internacional para transformados.

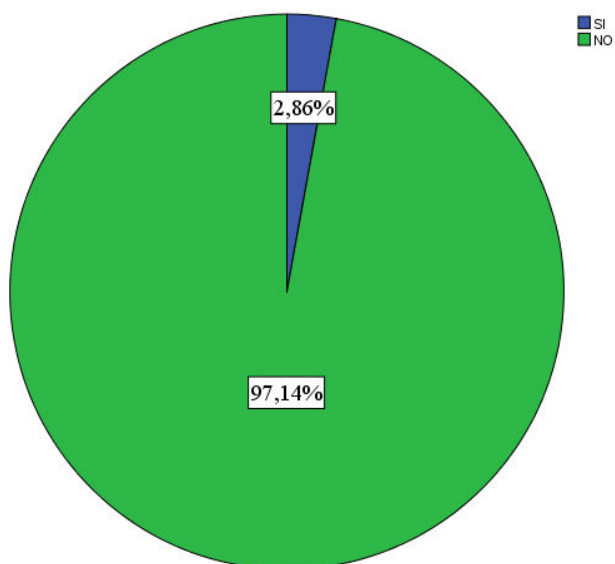
#### 4.1.1.123 Certificación FSSC22000 (Food Safety Systems Certification - Seguridad Alimentaria)

*Tabla 145*

##### *Certificación FSSC22000*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 153 Certificación FSSC22000**

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación FSSC22000 (Food Safety Systems Certification - Seguridad Alimentaria) que se maneja a nivel internacional.



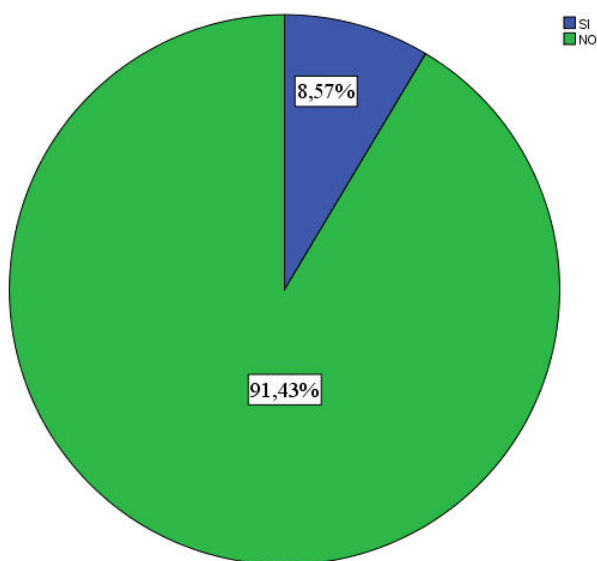
#### 4.1.1.124 Certificación BASC (Business Alliance for Secure Commerce)

*Tabla 146*

##### *Certificación BASC*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 154 Certificación BASC*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de agroexportadores encuestados cuenta con la certificación BASC (Business Alliance for Secure Commerce) que se maneja a nivel internacional para comercio seguro.

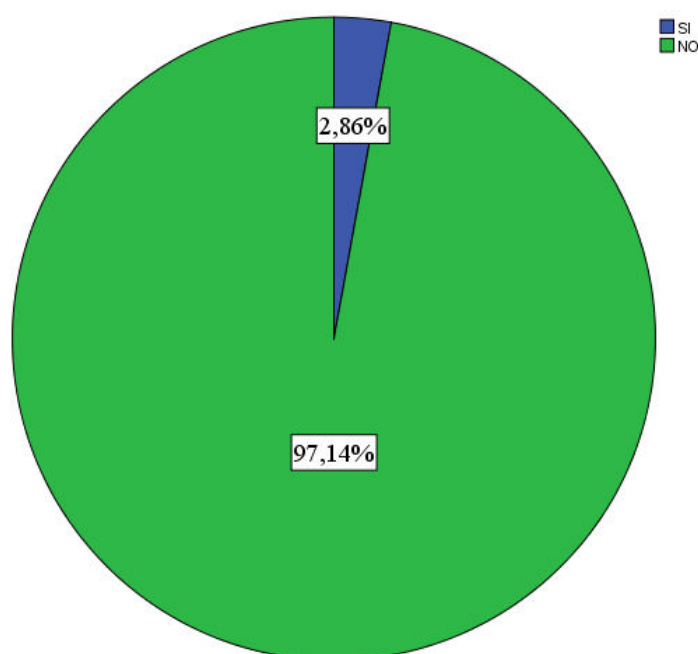
#### 4.1.1.125 Otras certificaciones

*Tabla 147*

##### *Otras certificaciones*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 155 Otras certificaciones*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de agroexportadores encuestados cuenta con otras certificaciones y se considera como dato perdido ya que no se mencionó cual es la certificación.

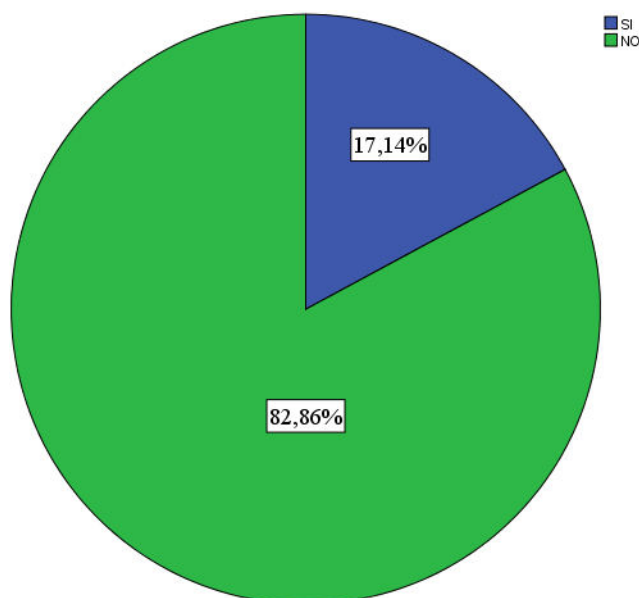
#### 4.1.1.126 Ninguna certificación / No sabe

*Tabla 148*

##### *Ninguna certificación*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	6	17,1	17,1	17,1
	NO	29	82,9	82,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 156 Ninguna certificación**

**Fuente: Investigación de campo**

El 17,14 % de agroexportadores encuestados manifiesta que no posee ninguna certificación porque al ser personas naturales el control de calidad lo hacen otras personas externamente. Las personas que dicen no saber mencionan que la información es confidencial y que no pueden divulgar las certificaciones que posee la empresa.

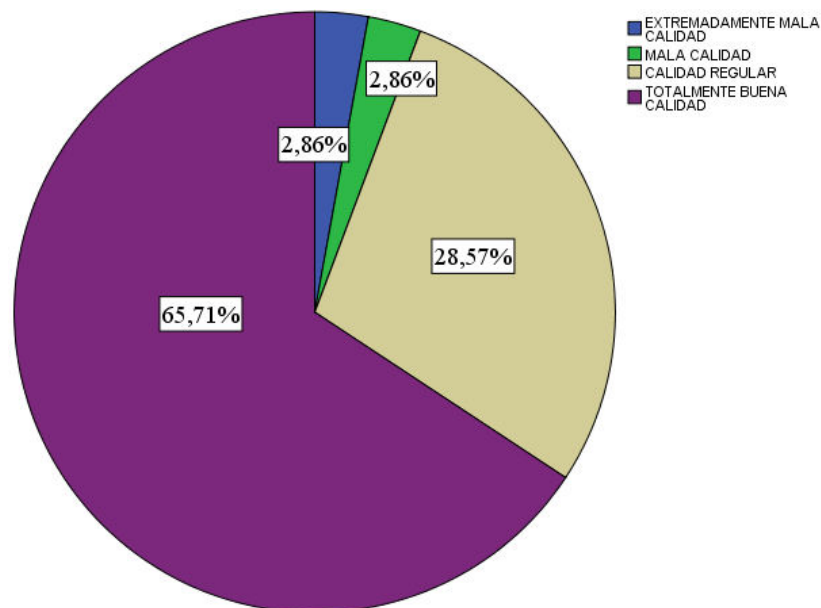
#### 4.1.1.127 ¿Cómo evaluaría la calidad de los productos de sus proveedores?

**Tabla 149**

**Calidad de los productos de proveedores**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	EXTREMADAMENTE MALA CALIDAD	1	2,9	2,9	2,9
	MALA CALIDAD	1	2,9	2,9	5,7
	CALIDAD REGULAR	10	28,6	28,6	34,3
	TOTALMENTE BUENA CALIDAD	23	65,7	65,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 157 Calidad de los productos de proveedores**

**Fuente: Investigación de campo**

El 65,71% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que los productos de sus proveedores son totalmente de buena calidad.

En segundo lugar con un 28,57% se encuentra que los productos de los proveedores son de calidad regular.

En tercer lugar se encuentran con el mismo porcentaje de 2,86% que la calidad de los productos de los proveedores es extremadamente mala y mala; esto quiere decir que dos de los encuestados han tenido problemas en algún momento con sus proveedores.

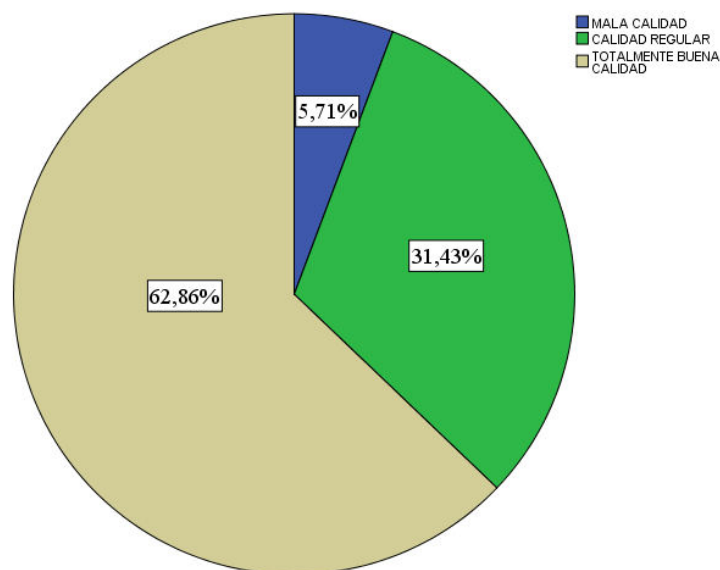
#### 4.1.1.128 En términos específicos (Tamaño)

**Tabla 150**

##### *Términos específicos (Tamaño)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MALA CALIDAD	2	5,7	5,7	5,7
	CALIDAD REGULAR	11	31,4	31,4	37,1
	TOTALMENTE BUENA CALIDAD	22	62,9	62,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 158 Términos específicos (Tamaño)**

**Fuente: Investigación de campo**

El 62,86% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que el tamaño de los productos de sus proveedores es totalmente de buena calidad.

En segundo lugar con un 31,43% se encuentra que el tamaño es considerado de calidad regular.

En tercer lugar apenas un 5,71%, es decir dos de los encuestados considera que el tamaño de los productos es de mala calidad

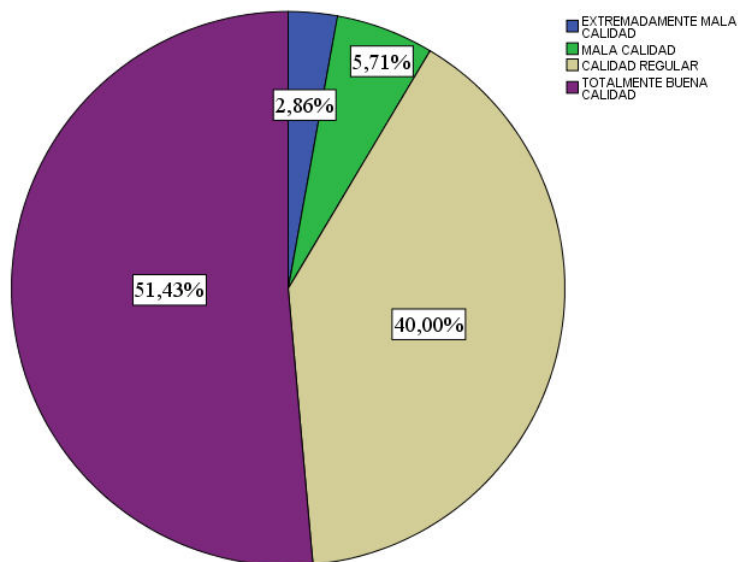
#### 4.1.1.129 En términos específicos (grado de maduración)

**Tabla 151**

##### *Términos específicos (grado de maduración)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EXTREMADAMENTE MALA CALIDAD	1	2,9	2,9	2,9
	MALA CALIDAD	2	5,7	5,7	8,6
	CALIDAD REGULAR	14	40	40	48,6
	TOTALMENTE BUENA CALIDAD	18	51,4	51,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 159** *Términos específicos (grado de maduración)*

**Fuente:** Investigación de campo

El 51,43% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que el grado de maduración de los productos de sus proveedores es totalmente de buena calidad.

En segundo lugar con un 40% se encuentra que en cuanto al grado de maduración la calidad es regular.

En tercer lugar con un 5,71% de los encuestados encuentra que el grado de maduración de los productos es de mala calidad.

Y apenas una persona o empresa agroexportadora con un 2,86% considera que en cuanto al grado de maduración de los productos, la calidad es extremadamente mala.

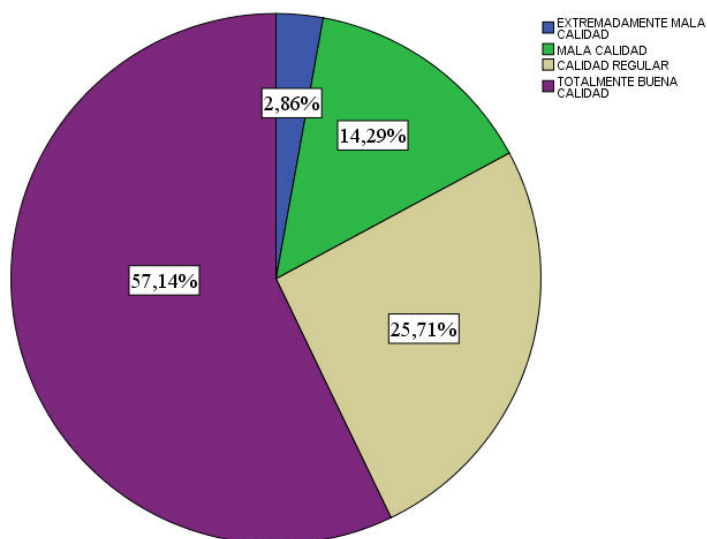
#### 4.1.1.130 En términos específicos (daños físicos)

**Tabla 152**

##### *Términos específicos (daños físicos)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	EXTREMADAMENTE MALA CALIDAD	1	2,9	2,9	2,9
	MALA CALIDAD	5	14,3	14,3	17,1
	CALIDAD REGULAR	9	25,7	25,7	42,9
	TOTALMENTE BUENA CALIDAD	20	57,1	57,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 160 Términos específicos (daños físicos)**

**Fuente: Investigación de campo**

El 57,14% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que daños físicos de los productos de sus proveedores son totalmente de buena calidad es decir no hay daños en su forma.

En segundo lugar con un 25,71% se encuentra que en cuanto a los daños físicos la calidad es regular.

En tercer lugar con un 14,29% de los encuestados encuentra que en cuanto a los daños físicos del producto existe una mala calidad y debe ser por la perecibilidad de los mismos.

Y apenas una persona o empresa agroexportadora con un 2,86% considera que en cuanto a los daños físicos de los productos, la calidad es extremadamente mala es decir el producto que se le provee tiene daños graves que hacen que no se pueda comercializar.

#### **4.1.1.131 ¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a la producción propia?**

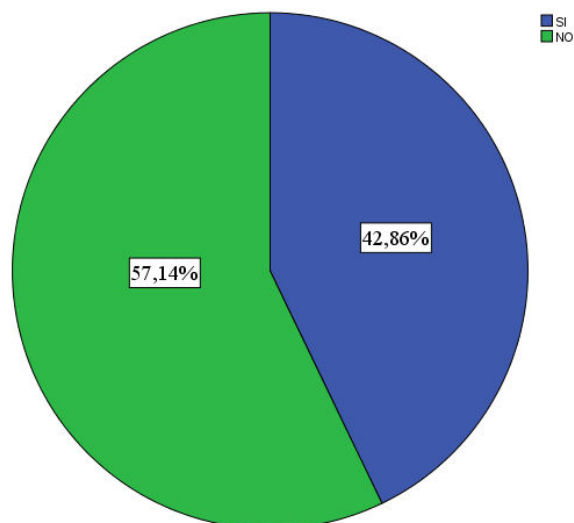
*Tabla 153*

##### *Abastecimiento con producción propia*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b> SI	15	42,9	42,9	42,9
NO	20	57,1	57,1	100
Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**





**Figura 161** *Abastecimiento con producción propia*

**Fuente:** Investigación de campo

El 42,86% de las personas y empresas agroexportadoras consideran la producción propia para el abastecimiento de sus productos ya que el control de calidad está desde la etapa inicial de producción además porque se abaratan los costos en general.

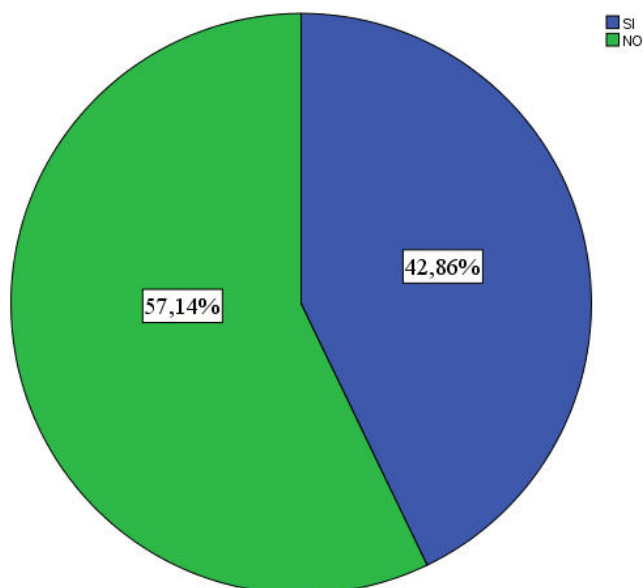
#### **4.1.1.132 ¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a productores directos?**

**Tabla 154**

##### *Abastecimiento con productores directos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	15	42,9	42,9	42,9
	NO	20	57,1	57,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 162 Abastecimiento con productores directos**

**Fuente: Investigación de campo**

El 42,86% de las personas y empresas agroexportadoras recurren a productores directos para el abastecimiento de sus productos ya que así aseguran tanto al productor y se aseguran ellos esto sucede porque no tienen la capacidad en cuanto a instalaciones o porque no cuentan con el conocimiento de la producción pero si con los contactos en el extranjero.

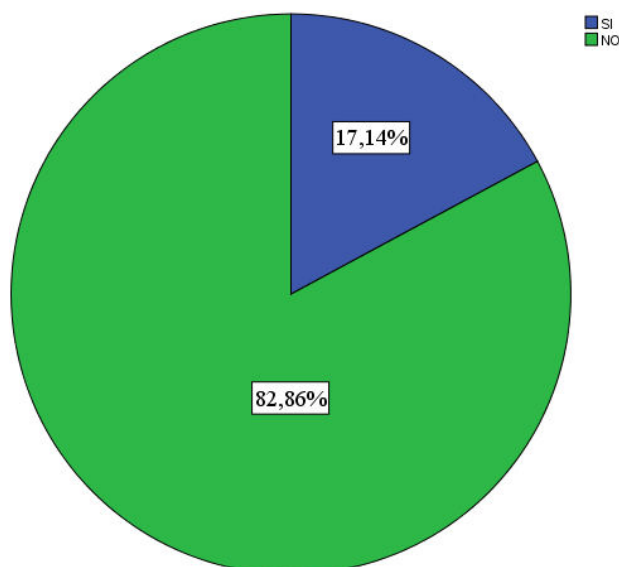
#### **4.1.1.133 ¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a comercializadores?**

**Tabla 155**

##### **Abastecimiento por comercializadores**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	6	17,1	17,1	17,1
	NO	29	82,9	82,9	100
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 163 Abastecimiento por comercializadores**

**Fuente: Investigación de campo**

El 17,14% de las personas y empresas agroexportadoras recurren a comercializadores, ya que estos son catalogados como intermediarios y al momento de realizar negociaciones este debe llevar cierto porcentaje de ganancia afectando directamente el precio que aumenta.

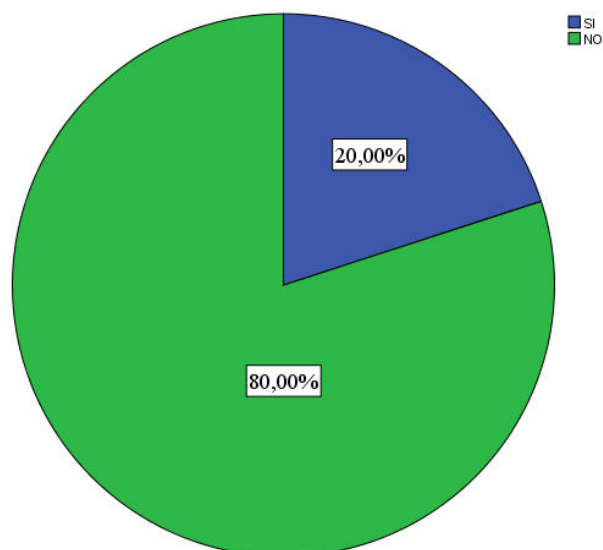
#### **4.1.1.134 ¿Al momento de abastecerse de productos para la exportación recurre a centros de acopio?**

**Tabla 156**

##### **Abastecimiento por centros de acopio**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	7	20	20	20
	NO	28	80	80	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 164 Abastecimiento por centros de acopio**

**Fuente: Investigación de campo**

El 20% de las personas y empresas agroexportadoras recurren a los centros de acopio siempre y cuando sean conocidos; el motivo por el que el centro de acopio no exporta directamente es porque no cuenta con las alianzas necesarias a nivel internacional ni tiene reconocimiento del mercado; por esta razón dependen de alguien que los represente, o de un intermediario y en otras ocasiones de empresas agroexportadoras.

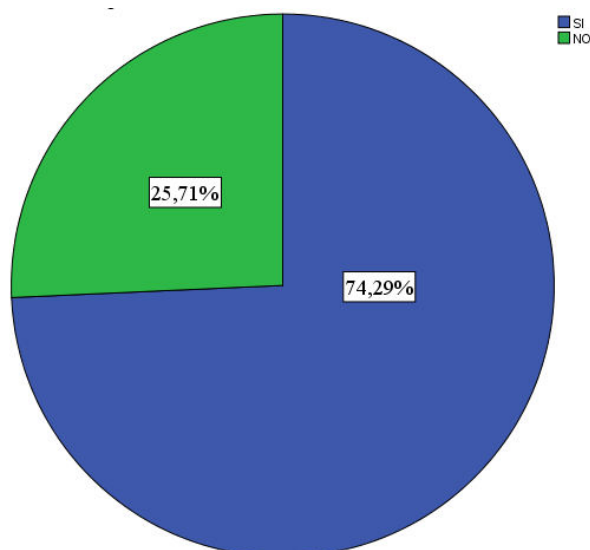
#### 4.1.1.135 ¿Su empresa realiza capacitaciones constantes?

**Tabla 157**

##### *Capacitaciones constantes*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	26	74,3	74,3	74,3
	NO	9	25,7	25,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 165 Capacitaciones constantes**

**Fuente: Investigación de campo**

El 74,29% de las personas y empresas agroexportadoras realizan capacitaciones constantes, sin embargo este valor se considera por las empresas constituidas que son 20.

El 25,71% no las realiza porque trabajan como personas naturales que no necesitan capacitar a sus trabajadores.

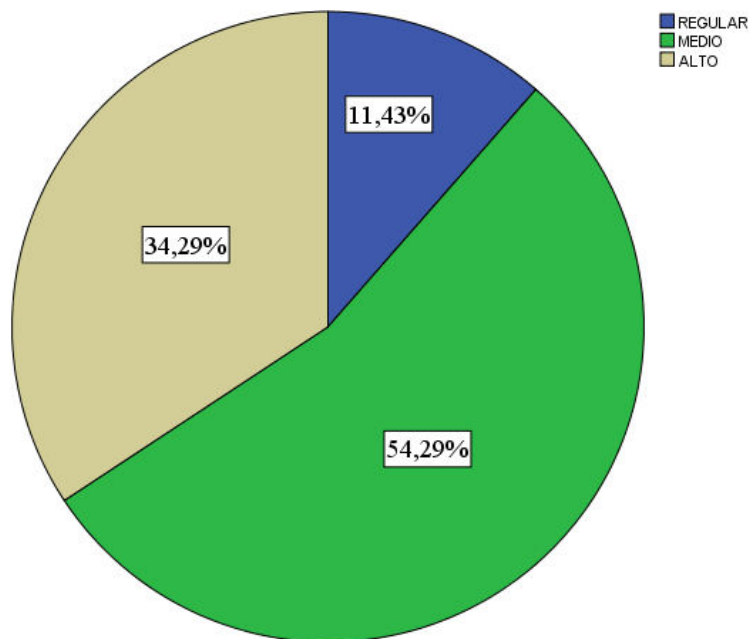
#### **4.1.1.136 ¿En qué medida invierte la empresa en el desarrollo y capacitación de los empleados?**

**Tabla 158**

##### ***Inversión de la empresa en desarrollo y capacitación***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	REGULAR	4	11,4	11,4	11,4
	MEDIO	19	54,3	54,3	65,7
	ALTO	12	34,3	34,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 166 Inversión de la empresa en desarrollo y capacitación**

**Fuente: Investigación de campo**

El 54,29% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que la empresa invierte en el desarrollo y capacitación de los empleados en un nivel medio.

El segundo lugar el 34,29% de personas y empresas agroexportadoras consideran que la inversión de la empresa en temas de desarrollo y capacitación de los empleados es alta. En tercer lugar con un 11,43% consideran que la inversión es regular.

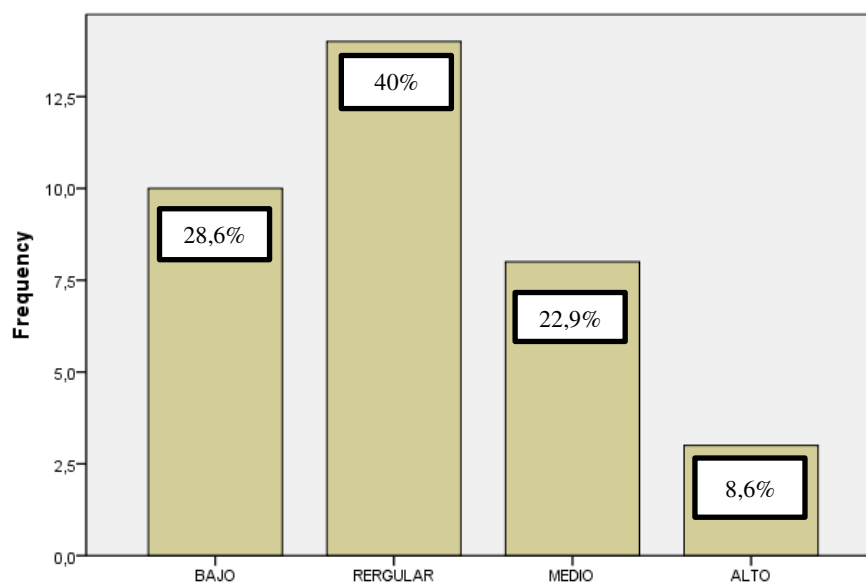
#### 4.1.1.137 ¿En qué medida invierte el estado en el desarrollo y capacitación de los empleados?

*Tabla 159*

##### *Inversión del estado en desarrollo y capacitación*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	BAJO	10	28,6	28,6	28,6
	REGULAR	14	40	40	68,6
	MEDIO	8	22,9	22,9	91,4
	ALTO	3	8,6	8,6	100
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 167 Inversión del estado en desarrollo y capacitación**

**Fuente: Investigación de campo**

El 40% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que el estado invierte en el desarrollo y capacitación de los empleados en un término regular ya que hay instituciones que si intervienen en capacitación con nuevas técnicas agrícolas.

El 28,6% considera que es baja la inversión del estado en términos de inversión en desarrollo y capacitación. El 22,9 considera que la inversión es media y solo el 8,6% considera que es alta.

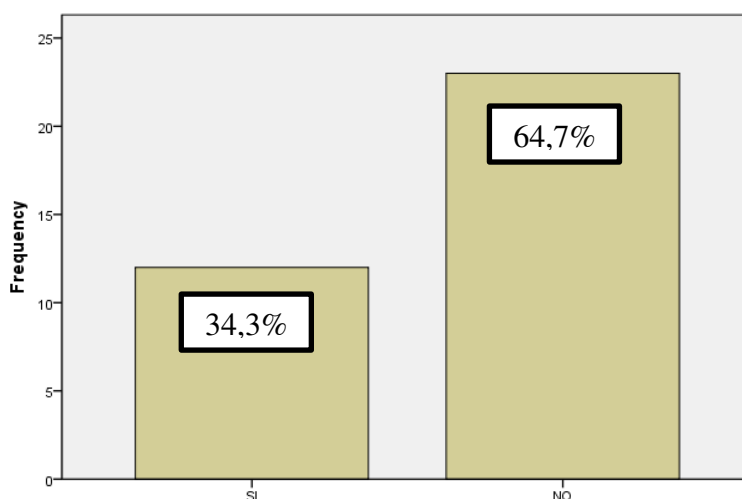
#### 4.1.1.138 ¿Su empresa cuenta con el equipamiento necesario para la transformación de productos hortícolas/frutícolas?

**Tabla 160**

##### *Transformación de productos hortícolas / frutícolas*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	12	34,3	34,3	34,3
	NO	23	65,7	65,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 168** *Transformación de productos hortícolas / frutícolas*

**Fuente: Investigación de campo**

El 64,7% de las personas y empresas agroexportadoras no cuentan con el equipamiento necesario para la transformación de productos, esto hace que no exista cambio en la matriz productiva ya que el Ecuador continúa exportando materia prima para importar productos elaborados.

Apenas el 34,3% de las empresas transforman el producto en panela harina de plátano, o el concentrado de maracuyá.



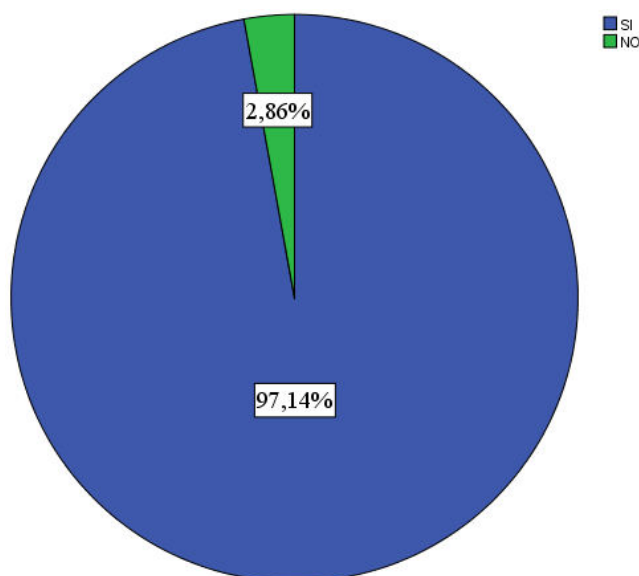
**4.1.1.139 ¿Considera usted que la innovación, tecnología y desarrollo son elementos esenciales para las relaciones comerciales tanto nacionales como internacionales?**

*Tabla 161*

*I,T&D elementos de las relaciones comerciales*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	34	97,1	97,1	97,1
	NO	1	2,9	2,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 169 I,T&D elementos de las relaciones comerciales*

**Fuente: Investigación de campo**

El 97,1% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que la innovación, tecnología y desarrollo son elementos esenciales para las relaciones comerciales tanto nacionales como internacionales ya que esto hace a los sectores competitivos.

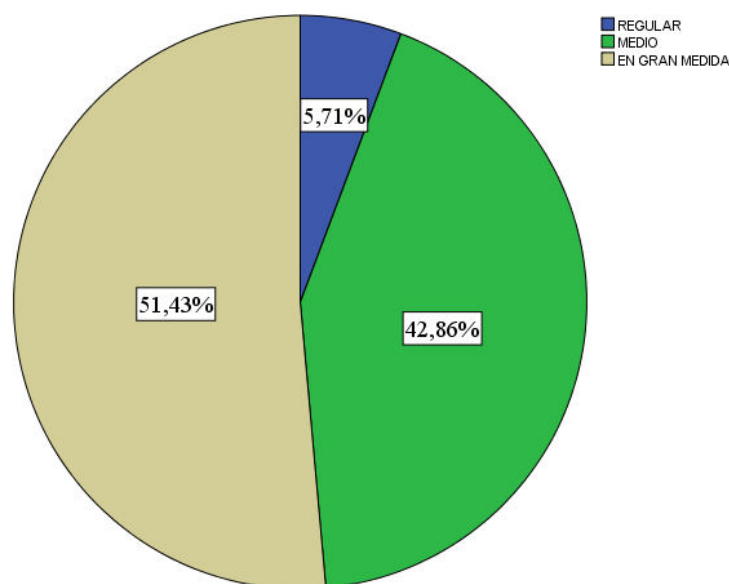
#### 4.1.1.140 ¿En qué medida las nuevas empresas con ideas innovadoras pueden crecer?

*Tabla 162*

##### *Crecimiento de empresas innovadoras*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	REGULAR	2	5,7	5,7	5,7
	MEDIO	15	42,9	42,9	48,6
	EN GRAN MEDIDA	18	51,4	51,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 170 Crecimiento de empresas innovadoras*

**Fuente:** Investigación de campo

El 51,43% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que las empresas innovadoras pueden crecer en gran medida.

El 42,86% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que las empresas innovadoras pueden crecer en un término medio ya que no todo es la innovación.

El 5,71% de los encuestados consideran que la innovación no es necesaria para crecer.

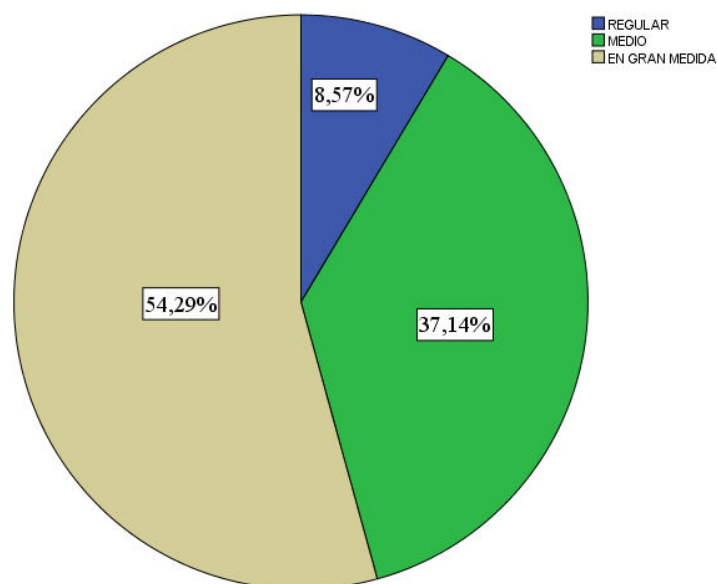
#### 4.1.1.141 ¿En qué medida las TIC'S permiten nuevos modelos de negocio?

**Tabla 163**

##### *TIC's y nuevos modelos de negocio*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	REGULAR	3	8,6	8,6	8,6
	MEDIO	13	37,1	37,1	45,7
	EN GRAN MEDIDA	19	54,3	54,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 171 TIC's y nuevos modelos de negocio**

**Fuente: Investigación de campo**

El 54,29% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que las TIC'S permiten nuevos modelos de negocio en gran media.

El 37,14% de las personas y empresas agroexportadoras consideran que las que las TIC'S permiten nuevos modelos de negocio en un término medio.

Y por último apenas el 8,57% consideran que las TIC'S permiten nuevos modelos de negocio en una medida regular.

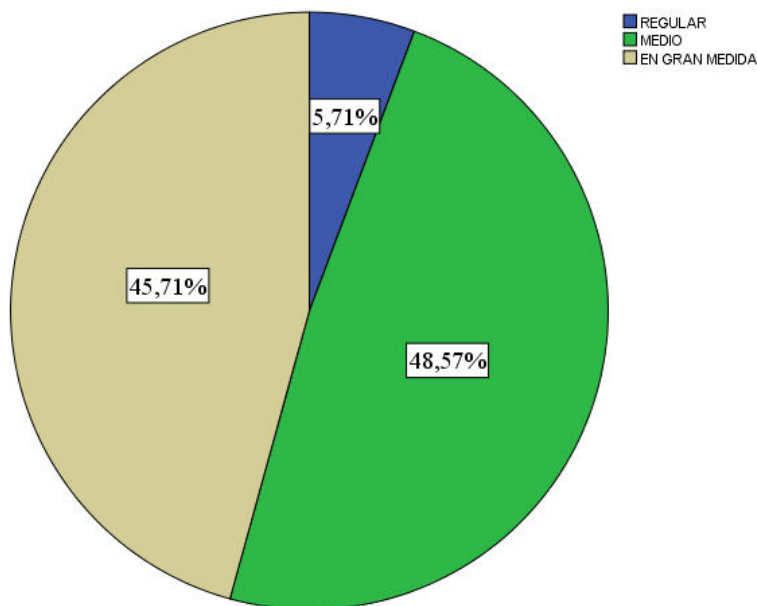
#### 4.1.1.142 ¿En qué medida considera necesaria en su empresa la utilización de TIC's para realizar transacciones con otras empresas?

**Tabla 164**

##### *TIC's para transacciones empresariales*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	REGULAR	2	5,7	5,7	5,7
	MEDIO	17	48,6	48,6	54,3
	EN GRAN MEDIDA	16	45,7	45,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 172 TIC's para transacciones empresariales**

**Fuente: Investigación de campo**

El 48,57% de las personas y empresas agroexportadoras considera necesaria en su empresa la utilización de TIC's para realizar transacciones con otras empresas en un término medio.

El 45,71% de las personas y empresas agroexportadoras considera necesaria en su empresa la utilización de TIC's para realizar transacciones con otras empresas en gran medida ya que se realizan muchas veces transacciones interbancarias.

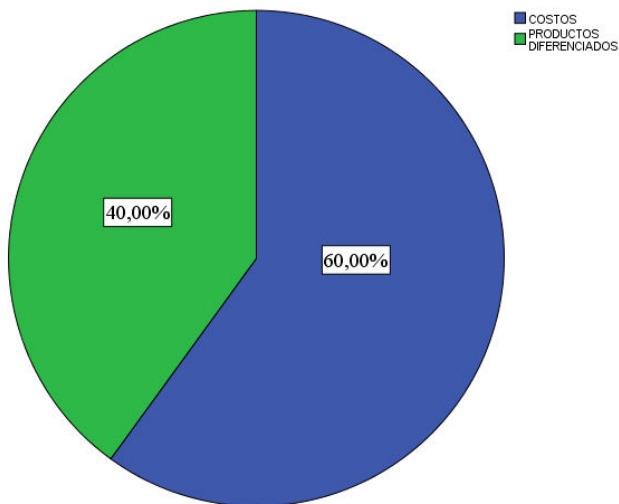
#### 4.1.1.143 ¿En qué se basa la ventaja competitiva de su empresa para introducirse en los mercados internacionales?

*Tabla 165*

##### *Ventaja competitiva*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	COSTOS	21	60	60	60
	PRODUCTOS DIFERENCIADOS	14	40	40	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 173 Ventaja competitiva*

**Fuente: Investigación de campo**

El 60% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas tienen como ventaja competitiva principal a los costos y esto se debe a que el producto ecuatoriano es competitivo en mercados extranjeros al tener volumen de producción y no tener productos escasos.

El 40% mencionó que la ventaja competitiva está en los productos diferenciados y esto lo logran gracias a la calidad del producto.

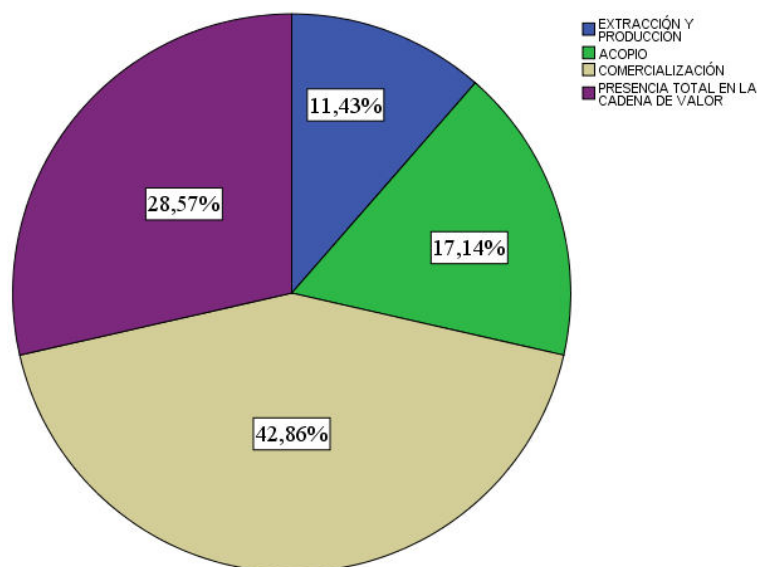
#### 4.1.1.144 ¿En qué medida tiene su empresa presencia en la cadena de valor?

**Tabla 166**

***Presencia en la cadena de valor***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	EXTRACCIÓN Y PRODUCCIÓN	4	11,4	11,4	11,4
	ACOPIO	6	17,1	17,1	28,6
	COMERCIALIZACIÓN	15	42,9	42,9	71,4
	PRESENCIA TOTAL EN LA CADENA DE VALOR	10	28,6	28,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 174 Presencia en la cadena de valor**

**Fuente: Investigación de campo**

El 42,86% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas cuentan con una presencia de nivel tres en la cadena de valor es decir ellos compran los productos ya sea para exportarlos o para la venta local. El 28,57% de encuestados tiene una presencia total en la cadena de valor. El 17% realiza el acopio de los productos y el 11,43 % realiza la extracción y producción

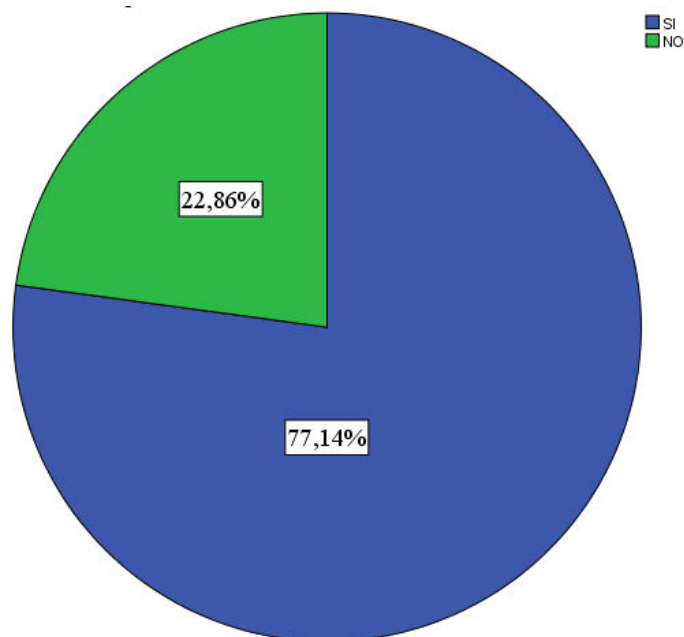
#### 4.1.1.145 ¿Su empresa cuenta con alianzas estratégicas?

**Tabla 167**

##### *Alianzas estratégicas*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	27	77,1	77,1	77,1
	NO	8	22,9	22,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 175 Alianzas estratégicas*

**Fuente: Investigación de campo**

El 77,14% de las empresas y personas agroexportadoras cuentan con alianzas estratégicas y apenas el 22,86% de las empresas no cuentan con ningún tipo de alianzas estratégicas.

#### **4.1.1.146 Las alianzas estratégicas son:**

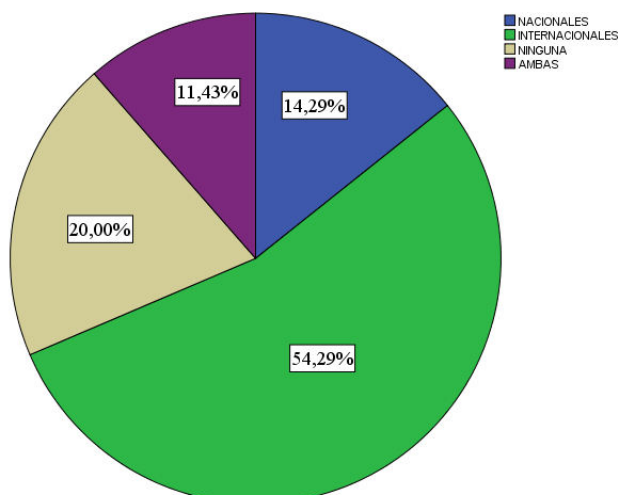
*Tabla 168*

##### *Tipo de alianza estratégica*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	NACIONALES	5	14,3	14,3	14,3
	INTERNACIONALES	19	54,3	54,3	68,6
	NINGUNA	7	20	20	88,6
	AMBAS	4	11,4	11,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**





**Figura 176 Tipo de alianza estratégica**

**Fuente: Investigación de campo**

El 54,29% de las empresas y personas agroexportadoras cuentan con alianzas estratégicas a nivel internacional y esto facilita la negociación en la exportación de productos.

El 20% de las empresas y personas agroexportadoras encuestadas no cuentan con ningún tipo de alianza estratégica.

El 14,29% de las empresas y personas agroexportadoras encuestadas cuentan con alianzas estratégicas nacionales y el 11,43% cuenta con alianzas tanto nacionales como internacionales.

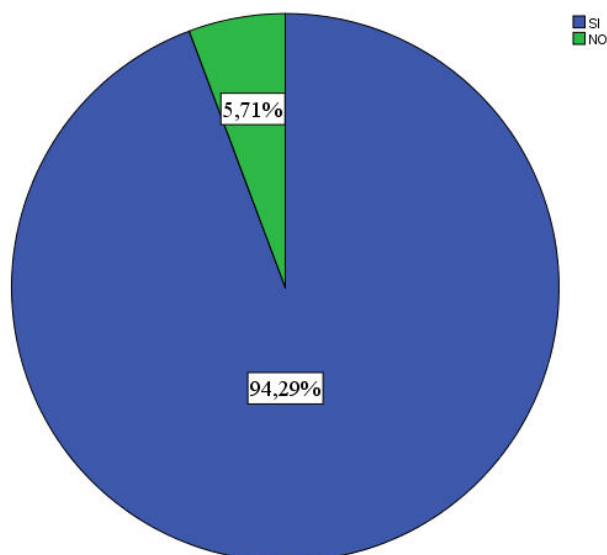
#### **4.1.1.147 ¿Considera usted que las alianzas estratégicas influyen en la competitividad a nivel nacional e internacional?**

**Tabla 169**

##### ***Influencia de las alianzas estratégicas***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	33	94,3	94,3	94,3
	NO	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 177 Influencia de las alianzas estratégicas**

**Fuente: Investigación de campo**

El 94,29% de las empresas y personas agroexportadoras consideran que las alianzas estratégicas influyen en la competitividad a nivel nacional e internacional ya que a través de estas se realizan ciertos acuerdos que benefician a ambas partes en términos económicos y de mercado.

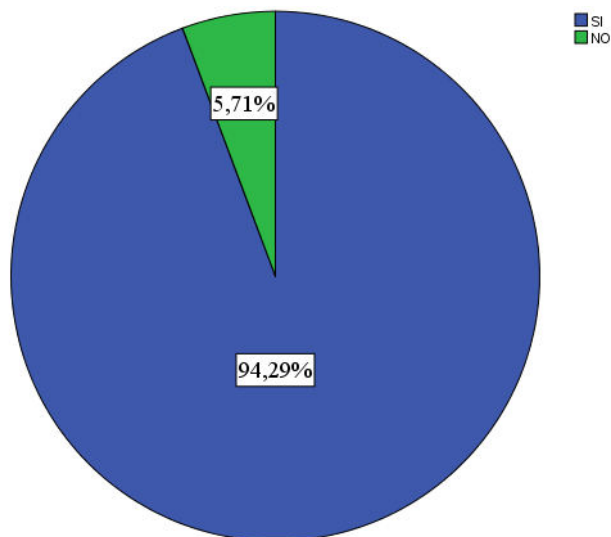
**4.1.1.148 ¿En su actividad, considera que los encadenamientos productivos y clusters (grupo de empresas con la misma actividad) son una estrategia para fortalecer a las micro y pequeñas empresas?**

**Tabla 170**

**Encadenamiento como estrategia de fortalecimiento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	33	94,3	94,3	94,3
	NO	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 178 Encadenamiento como estrategia de fortalecimiento**

**Fuente: Investigación de campo**

El 94,29% de las empresas y personas agroexportadoras consideran que los encadenamientos productivos y clusters (grupo de empresas con la misma actividad) son una estrategia para fortalecer a las micro y pequeñas empresas que se están creando y esto se pretende en la zona nor-central de la provincia de Pichincha.

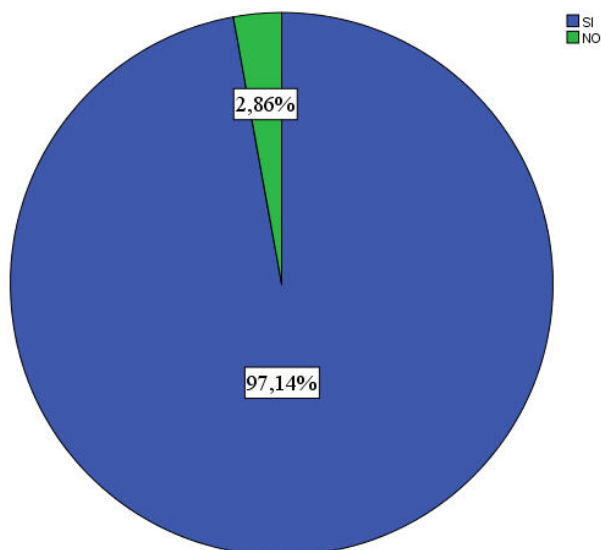
#### **4.1.1.149 ¿Sus actuales canales de distribución garantizan la puntualidad en la entrega de los productos?**

**Tabla 171**

##### ***Puntualidad de los canales de distribución***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	34	97,1	97,1	97,1
	NO	1	2,9	2,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 179 Puntualidad de los canales de distribución**

**Fuente: Investigación de campo**

El 97, 14% de las empresas y personas agroexportadoras consideran que sus actuales canales de distribución garantizan la puntualidad en la entrega de los productos y solo una empresa manifestó que hay circunstancias climáticas o sociales que generan retrasos cuando se envía el producto desde la sierra a la costa para que llegue al puerto marítimo.

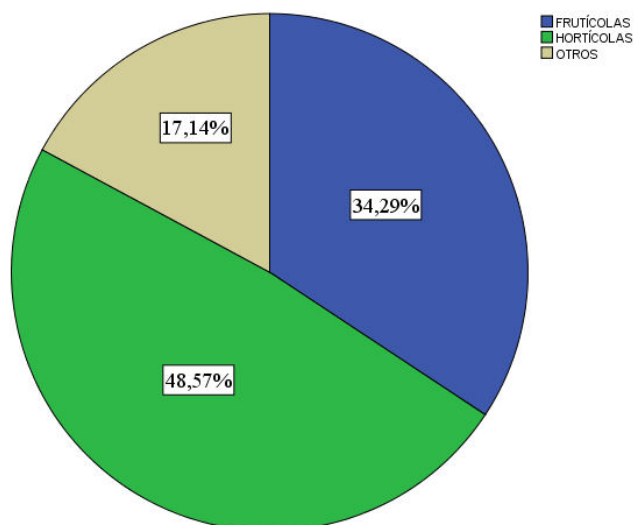
#### **4.1.1.150 De acuerdo a la clase de producto seleccione cual es el que genera mayor ingreso por la actividad exportadora**

**Tabla 172**

**Tipo de producto de mayor ingreso**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	FRUTÍCOLAS	12	34,3	34,3	34,3
	HORTÍCOLAS	17	48,6	48,6	82,9
	OTROS	6	17,1	17,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 180 Tipo de producto de mayor ingreso**

**Fuente: Investigación de campo**

El 48,57% de las empresas y personas agroexportadoras consideran que el tipo de producto de mayor exportación es el hortícola ya que en algunos casos es menos perecible que la fruta, está seguido del 34,29% que representa al tipo frutícola; y en un tercer lugar con un 17,14% otros productos.

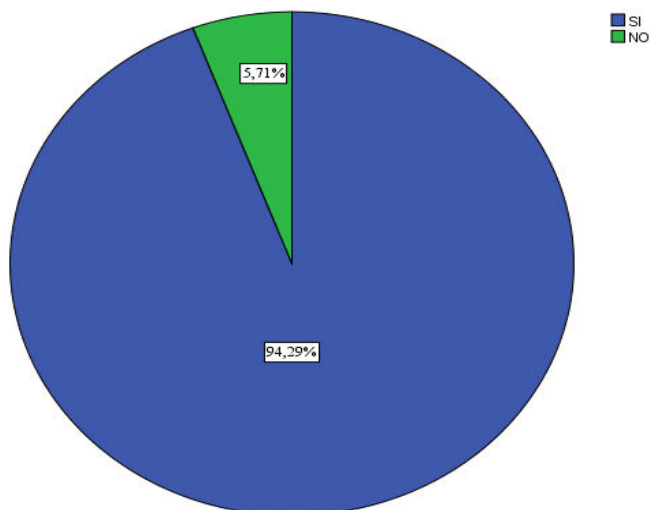
**4.1.1.150 ¿Considera que su empresa está en capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a los pequeños productores de mancomunidades una vez que hayan cumplido con sus requerimientos?**

**Tabla 173**

**Capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a mancomunidades**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	33	94,3	94,3	94,3
	NO	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 181 Capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a mancomunidades*

**Fuente: Investigación de campo**

El 94,29% de las empresas y personas agroexportadoras consideran que si están en capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a los pequeños productores de mancomunidades una vez que hayan cumplido con sus requerimientos, esto representa una ventaja para la zona nor – central de la provincia de Pichincha ya que hay la apertura de que sean partícipes a lo largo de la cadena productiva.

#### 4.1.1.151 Factores problema en la exportación 1

Tabla 174

##### Factor problema en la exportación #1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS Y COMPRADORES POTENCIALES	10	28,6	28,6	28,6
ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA EL COMERCIO	5	14,3	14,3	42,9
CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS: FITOSANITARIOS Y LÍMITES DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS	15	42,9	42,9	85,7
DIFICULTAD EN ALCANZAR LOS REQUISITOS DE CALIDAD/CANTIDAD DE LOS COMPRADORES	2	5,7	5,7	91,4
COSTOS ELEVADOS O RETRASOS CAUSADOS POR EL TRANSPORTE DOMÉSTICO	3	8,6	8,6	100
Total	35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

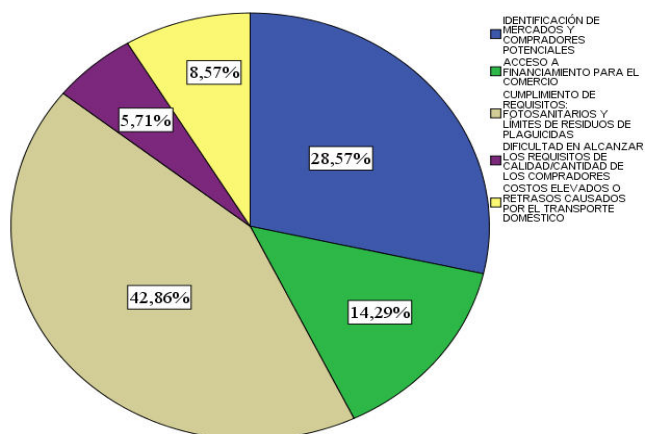


Figura 182 Factor problema en la exportación #1

Fuente: Investigación de campo

El principal problema al momento de exportar con un 42,86% es el cumplimiento de requisitos: fitosanitarios y límites de residuos de plaguicidas ya que es un término que controlan tanto en Ecuador como en otros países, ya que no se puede enviar ningún tipo de plaga a otro lugar así que se debe controlar este punto al 100%.

#### 4.1.1.152 Factores problema en la exportación 2:

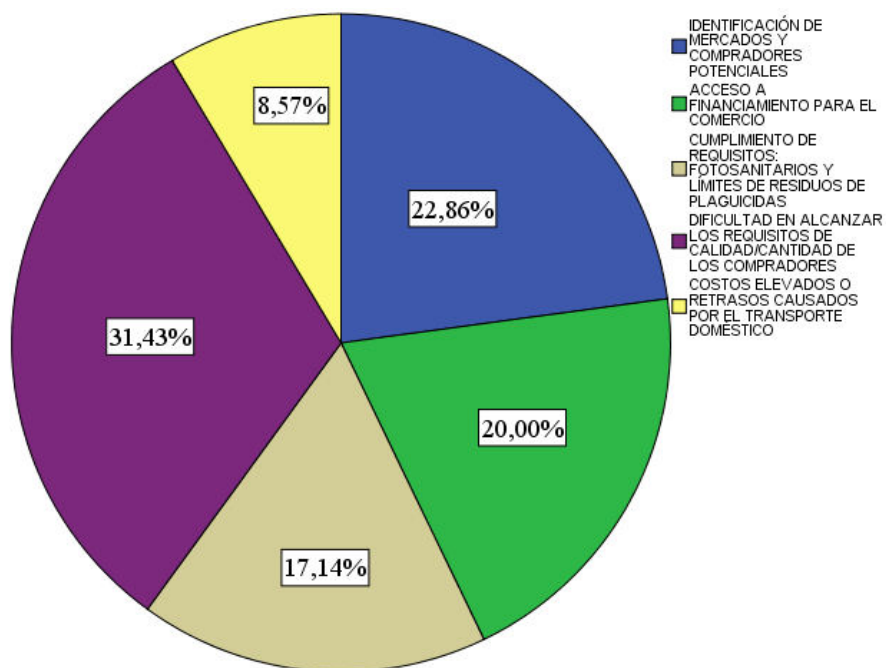
*Tabla 175*

##### *Factor problema en la exportación #2*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS Y COMPRADORES POTENCIALES	8	22,9	22,9	22,9
	ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA EL COMERCIO	7	20	20	42,9
	CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS: FOTOSANITARIOS Y LÍMITES DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS	6	17,1	17,1	60
	DIFICULTAD EN ALCANZAR LOS REQUISITOS DE CALIDAD/CANTIDAD DE LOS COMPRADORES	11	31,4	31,4	91,4
	COSTOS ELEVADOS O RETRASOS CAUSADOS POR EL TRANSPORTE DOMÉSTICO	3	8,6	8,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo





**Figura 183 Factor problema en la exportación #2**

**Fuente: Investigación de campo**

El segundo factor que genera problema al momento de exportar con un 31,4% es la dificultad en alcanzar los requisitos de calidad/cantidad de los compradores ya que se requiere volumen de exportación y calidad perfecta en cuanto a forma, tamaño y grado de maduración.

### 4.1.1.153 Factores problema en la exportación 3

Tabla 176

#### Factor problema en la exportación #3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS Y COMPRADORES POTENCIALES	9	25,7	25,7	25,7
	ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA EL COMERCIO	9	25,7	25,7	51,4
	CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS: FOTOSANITARIOS Y LÍMITES DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS	3	8,6	8,6	60
	DIFICULTAD EN ALCANZAR LOS REQUISITOS DE CALIDAD/CANTIDAD DE LOS COMPRADORES	6	17,1	17,1	77,1
	COSTOS ELEVADOS O RETRASOS CAUSADOS POR EL TRANSPORTE DOMÉSTICO	8	22,9	22,9	100
	Total	35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

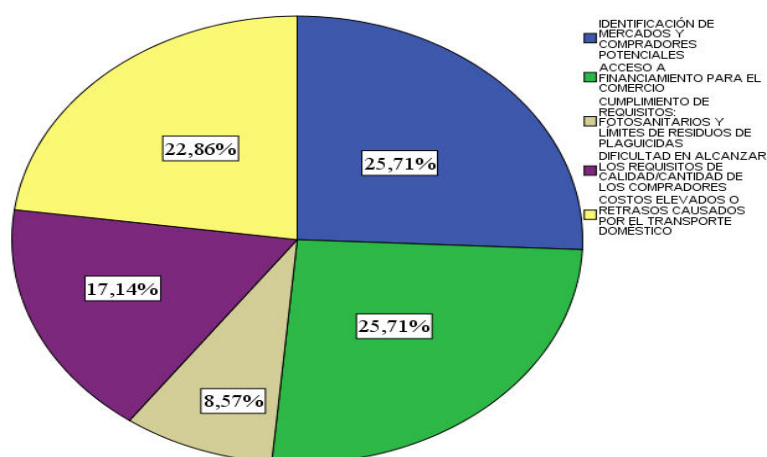


Figura 184 Factor problema en la exportación #3

Fuente: Investigación de campo

Los terceros factores que generan problema al momento de exportar con un 25,7% son: la identificación de mercados y compradores potenciales y el acceso a financiamiento para el comercio.

Esto se debe a que por más que se tenga el producto en el Ecuador, no se exporta si no existe un mercado internacional que demande de este no se logrará nada, es por esto que las personas y empresas pequeñas recurren a instituciones como PROECUADOR para que se realice la alianza estratégica en el exterior.

Otro punto importante es que se necesita financiamiento para ampliar infraestructuras o volúmenes de producción inclusive para fertilizantes y abonos, y los créditos tienen un nivel complejo en el Ecuador para los pequeños productores.

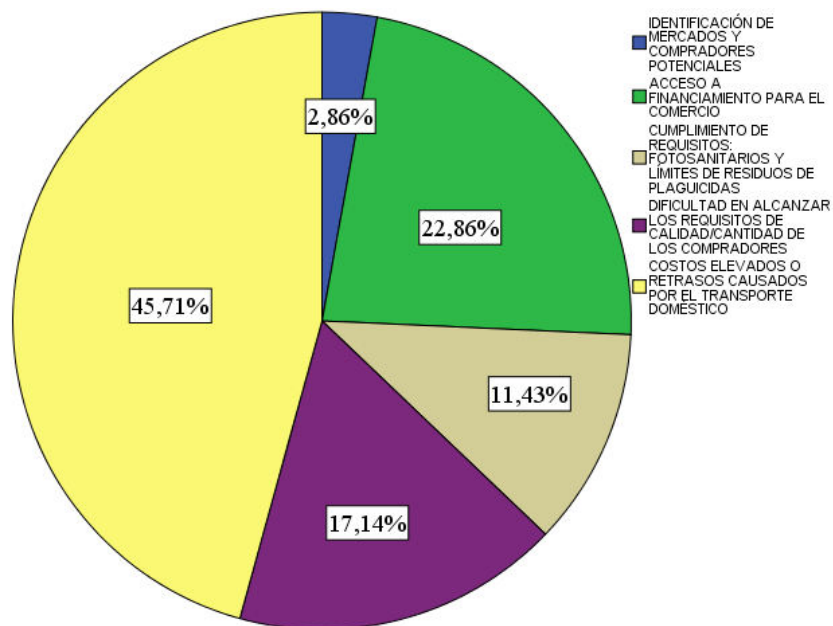
#### 4.1.1.154 Factores problema en la exportación 4

*Tabla 177*

*Factor problema en la exportación #4*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS Y COMPRADORES POTENCIALES	1	2,9	2,9	2,9
	ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA EL COMERCIO	8	22,9	22,9	25,7
	CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS: FOTOSANITARIOS Y LÍMITES DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS	4	11,4	11,4	37,1
	DIFICULTAD EN ALCANZAR LOS REQUISITOS DE CALIDAD/CANTIDAD DE LOS COMPRADORES	6	17,1	17,1	54,3
	COSTOS ELEVADOS O RETRASOS CAUSADOS POR EL TRANSPORTE DOMÉSTICO	16	45,7	45,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 185 Factor problema en la exportación #4**

**Fuente: Investigación de campo**

El cuarto factor que genera problema al momento de exportar con un 45,71% son los costos elevados o retrasos causados por el transporte doméstico, por términos climáticos o sociales.

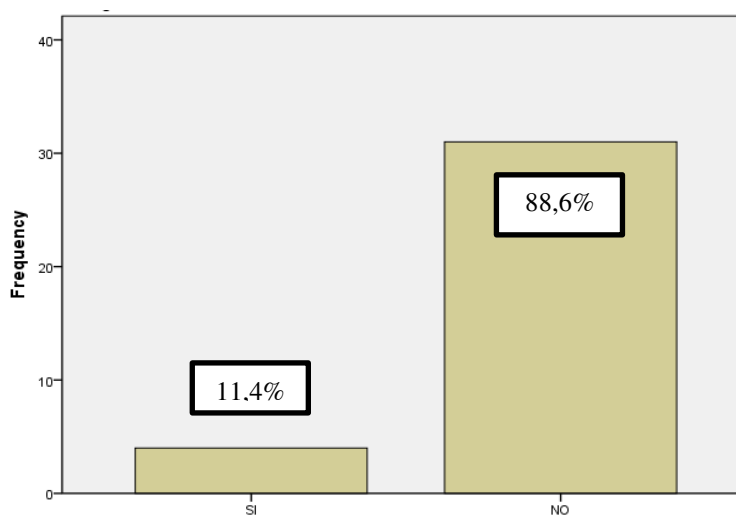
#### 4.1.1.155 ¿Utiliza El Incoterm Ex-Works - Fuera de Fábrica?

*Tabla 178*

*Incoterm Ex-Works*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	4	11,4	11,4	11,4
	NO	31	88,6	88,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 186 Incoterm Ex-Works*

**Fuente: Investigación de campo**

El 11,4% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm Ex – Works o fuera de fábrica, por lo general para sus exportaciones a Colombia.

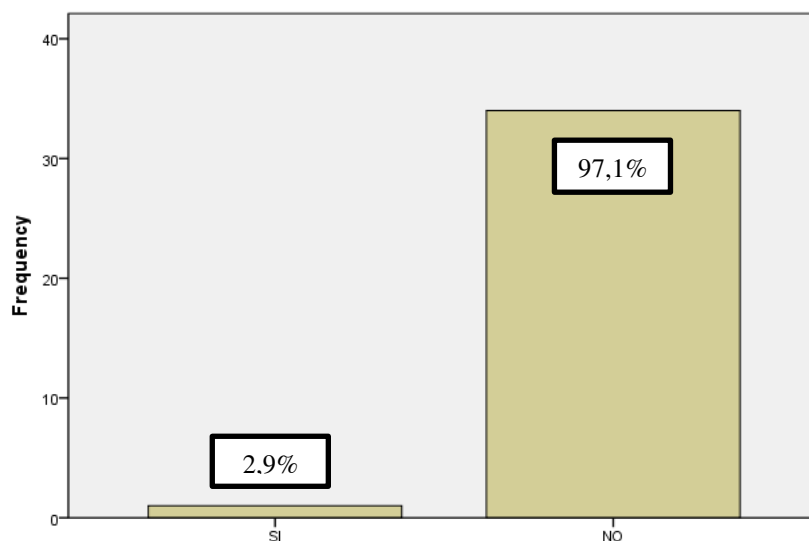
#### 4.1.1.156 ¿Utiliza el Incoterm FAS Free Along Side Ship (Franco al Costado Del Buque)?

*Tabla 179*

##### *Incoterm FAS Free - Along Side Ship*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 187 Incoterm FAS Free - Along Side Ship*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,9% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm FAS - Free Along Side Ship (Franco al Costado Del Buque). Es decir los costos a partir de ese momento corren por cuenta del comprador

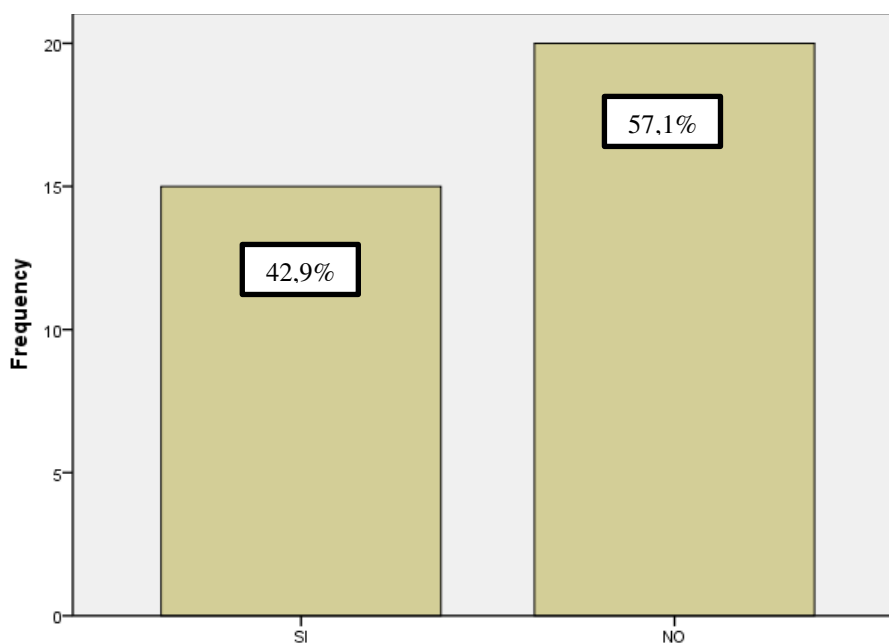
#### 4.1.1.157 ¿Utiliza El Incoterm FOB - Free on Board?

*Tabla 180*

##### *Incoterm FOB - Free on Board*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	15	42,9	42,9	42,9
	NO	20	57,1	57,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 188 Incoterm FOB - Free on Board*

**Fuente:** Investigación de campo

El 42,9% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm FOB - Free on Board.



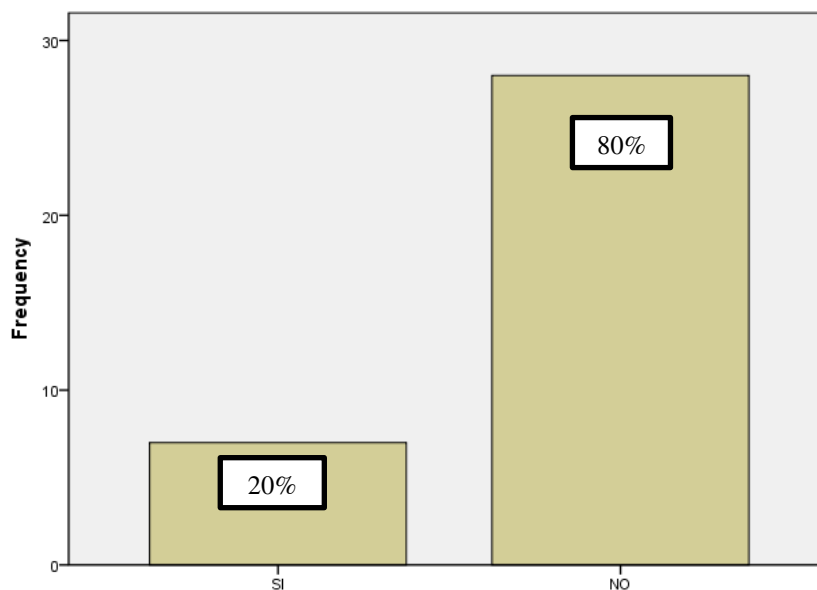
#### 4.1.1.158 ¿Utiliza el Incoterm FCA - Free Carrier To?

*Tabla 181*

##### *Incoterm FCA - Free Carrier To*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	7	20	20	20
	NO	28	80	80	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 189 Incoterm FCA - Free Carrier To*

**Fuente:** Investigación de campo

El 20% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm FCA - Free Carrier To.

#### 4.1.1.159 ¿Utiliza el Incoterm C&F Cost and Freight (Coste y Flete)?

Tabla 182

##### *Incoterm C&F Cost and Freight*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

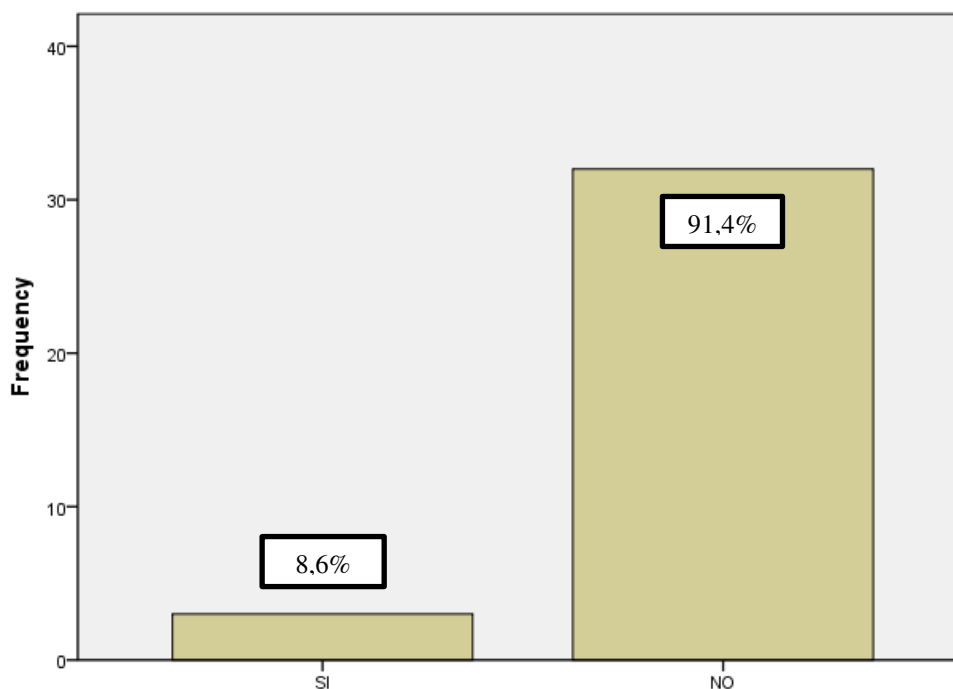


Figura 190 Incoterm C&F Cost and Freight

Fuente: Investigación de campo

El 8,6% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm C&F Cost and Freight (Coste y Flete).

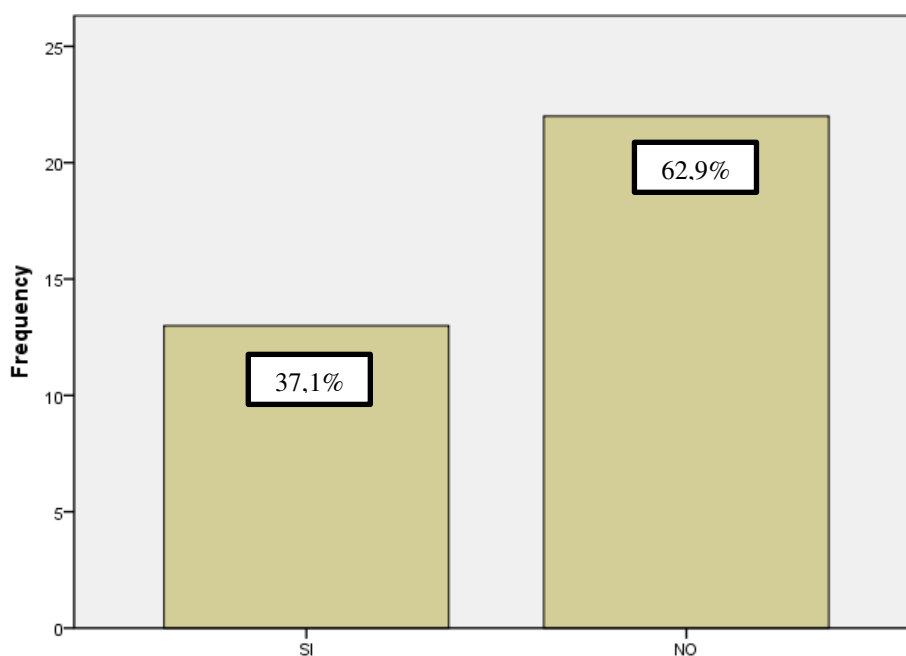
#### 4.1.1.160 ¿Utiliza El Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight?

*Tabla 183*

##### *Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	13	37,1	37,1	37,1
	NO	22	62,9	62,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 191 Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight**

**Fuente: Investigación de campo**

El 37,1% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm CIF - Cost, Insurance and Freight.

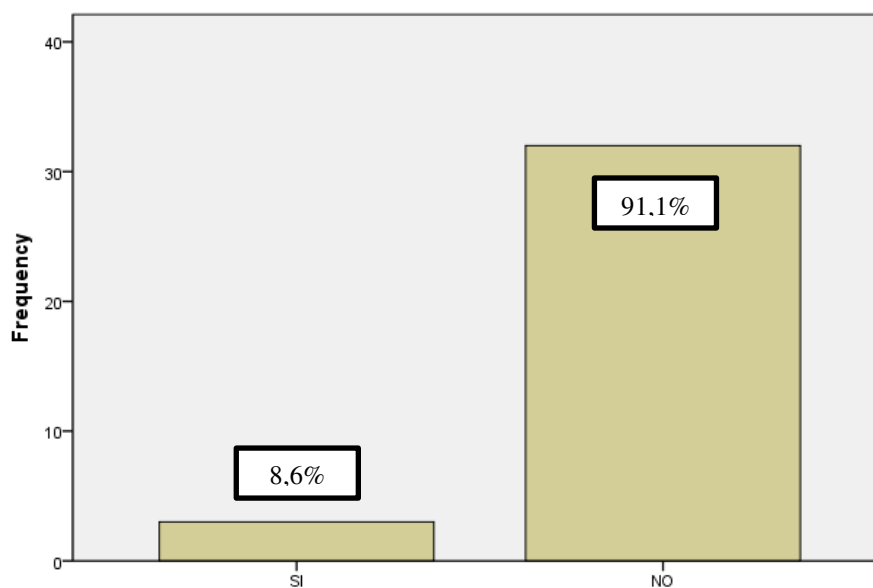
#### 4.1.1.161 ¿Utiliza el Incoterm CPT - Carriage Paid To (Transporte pagado hasta)?

*Tabla 184*

##### *Incoterm CPT - Carriage Paid To*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 192 Incoterm CPT - Carriage Paid To*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,6% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm CPT - Carriage Paid To (Transporte pagado hasta).

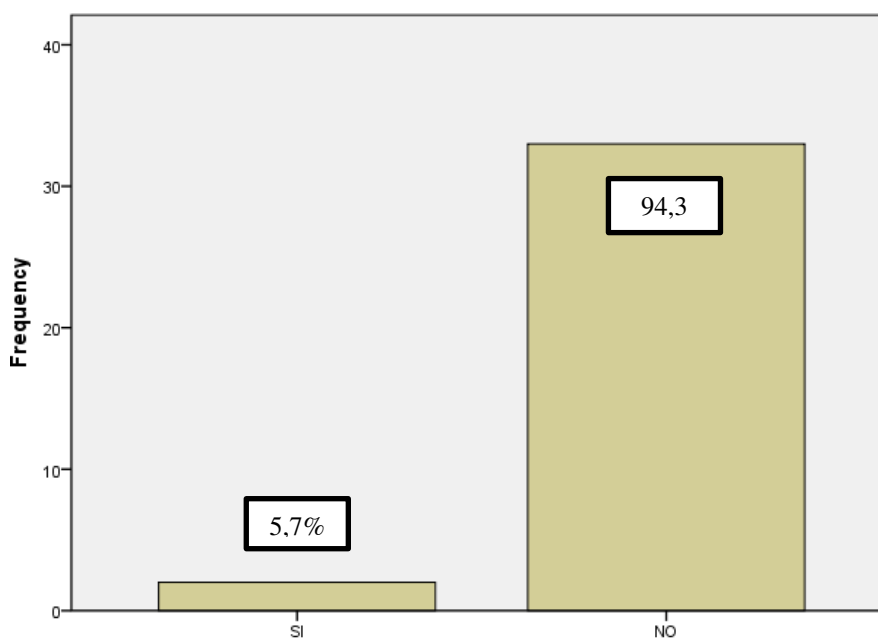
#### 4.1.1.162 ¿Utiliza el Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid?

*Tabla 185*

##### *Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 193 Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,7% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm CIP - Carriage and Insurance Paid.

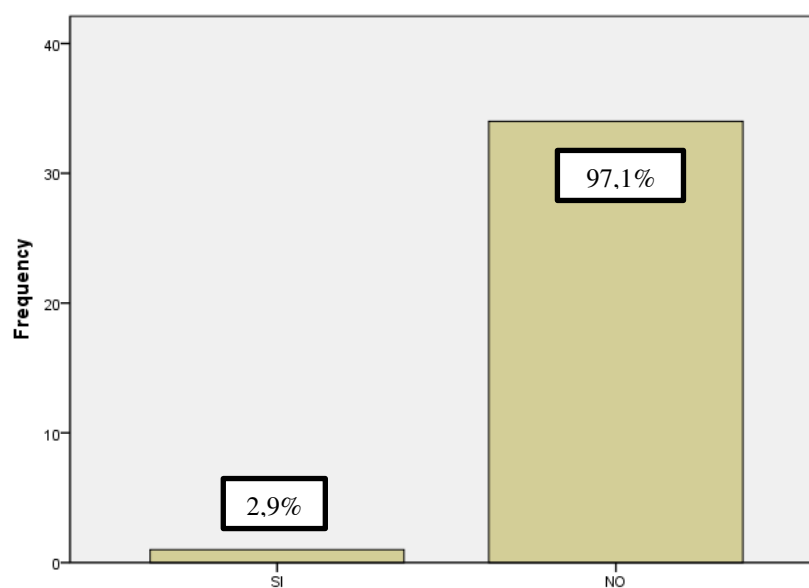
#### 4.1.1.163 ¿Utiliza el Incoterm DAT - Entregado en Terminal?

*Tabla 186*

##### *Incoterm DAT - Entregado en Terminal*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 194** *Incoterm DAT - Entregado en Terminal*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,9% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm DAT - Entregado en Terminal.

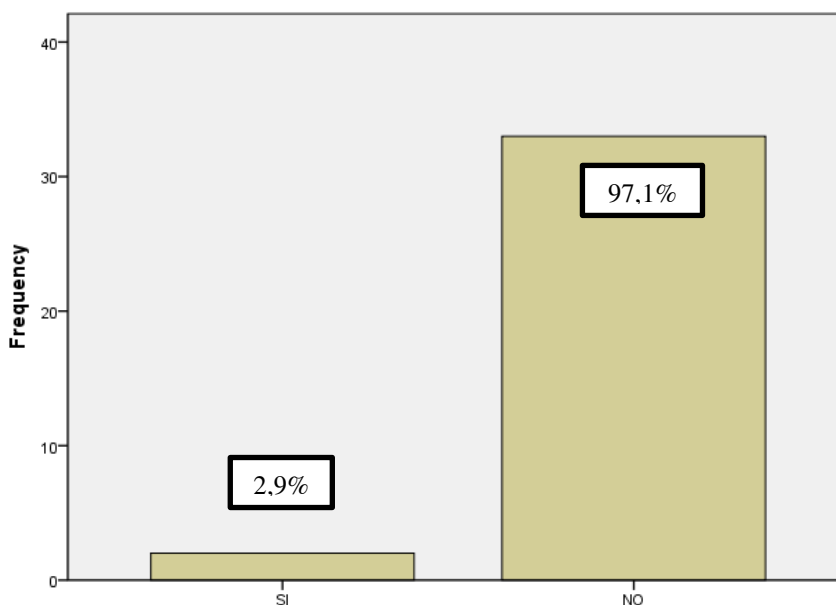
#### 4.1.1.164 ¿Utiliza El Incoterm DAP - Entregado en un punto?

*Tabla 187*

*Incoterm DAP - Entregado en un punto*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 195 Incoterm DAP - Entregado en un punto*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,9% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm DAP - Entregado en un punto.

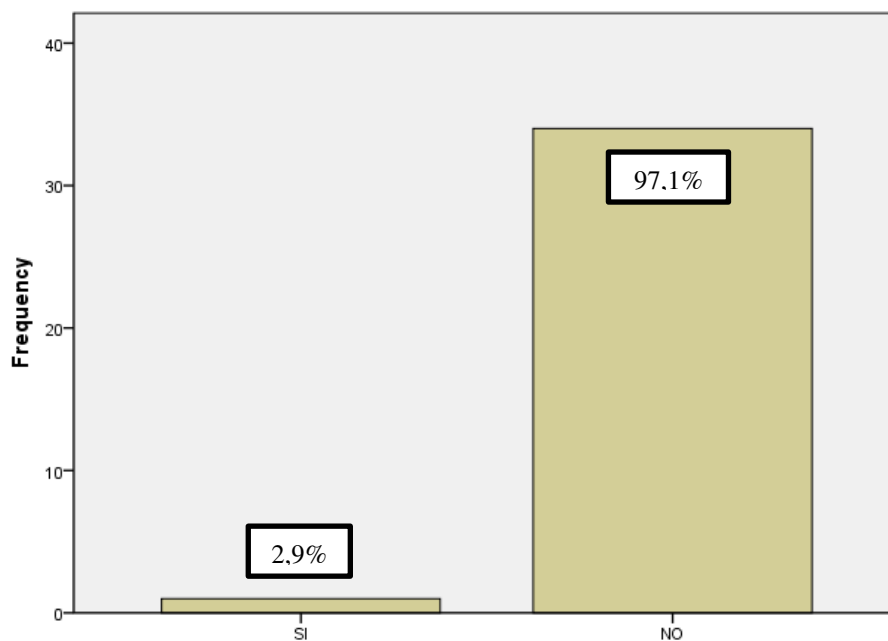
#### 4.1.1.165 ¿Utiliza el Incoterm DDP - Entrega derechos pagados?

*Tabla 188*

##### *Incoterm DDP - Entrega derechos pagados*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 196** *Incoterm DDP - Entrega derechos pagados*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,9% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionó que utiliza el Incoterm DDP - Entrega derechos pagados.



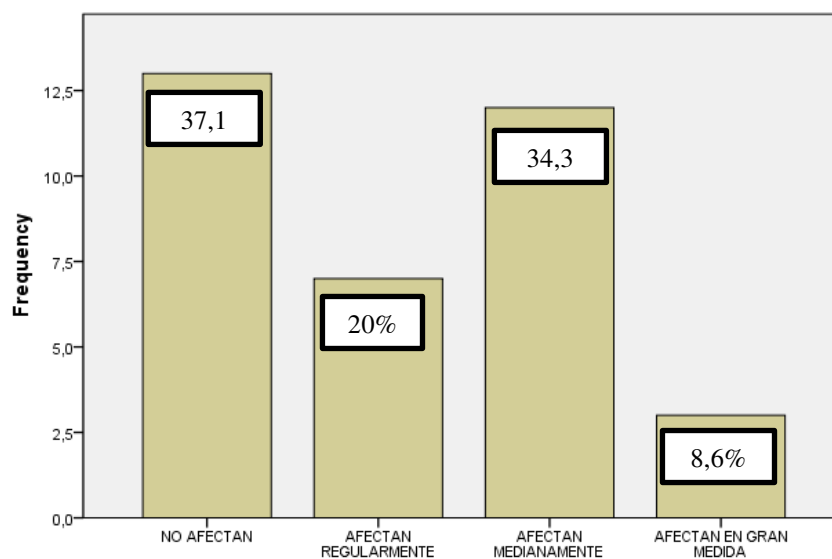
#### 4.1.1.166 ¿En qué medida los aranceles extranjeros afectan la comercialización de productos en mercados extranjeros?

*Tabla 189*

##### *Afectan los aranceles extranjeros*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	NO AFECTAN	13	37,1	37,1	37,1
	AFECTAN REGULARMENTE	7	20	20	57,1
	AFECTAN MEDIANAMENTE	12	34,3	34,3	91,4
	AFECTAN EN GRAN MEDIDA	3	8,6	8,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 197** *Afectan los aranceles extranjeros*

**Fuente:** Investigación de campo

El 37,1% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionaron que los aranceles extranjeros no afectan la comercialización de productos en mercados extranjeros.

El 34,3% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionaron que los aranceles extranjeros afectan medianamente la comercialización de productos en mercados extranjeros.

El 20% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionaron que los aranceles extranjeros afectan regularmente la comercialización de productos en mercados extranjeros.

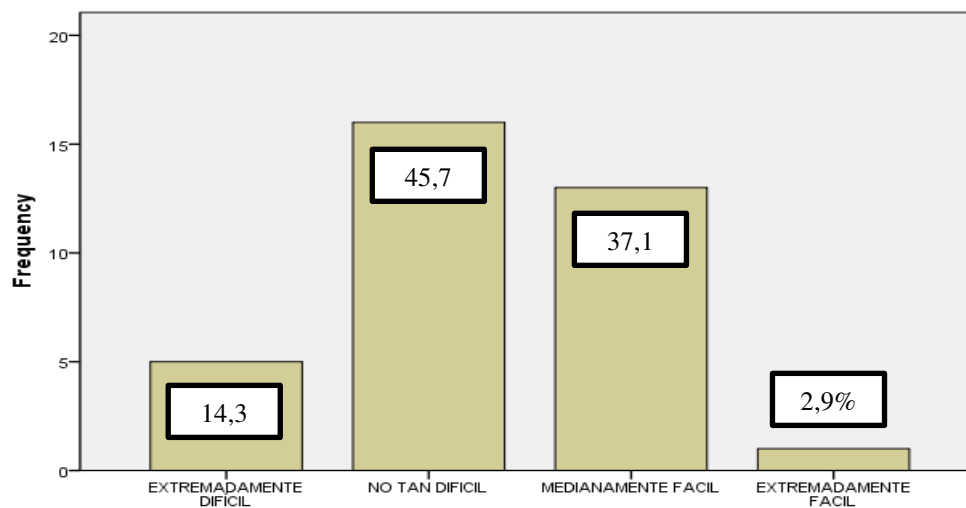
#### 4.1.1.167 ¿Cuán fácil es obtener financiamiento para comercializar a un precio asequible?

**Tabla 190**

##### *Obtención de financiamiento*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EXTREMADAMENTE DIFÍCIL	5	14,3	14,3	14,3
	NO TAN DIFÍCIL	16	45,7	45,7	60
	MEDIANAMENTE FACIL	13	37,1	37,1	97,1
	EXTREMADAMENTE FACIL	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 198 Obtención de financiamiento**

**Fuente: Investigación de campo**

El 45,7% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionaron que no es tan fácil es obtener financiamiento para comercializar a un precio asequible.

El 37,1% de las personas y empresas agroexportadoras encuestadas, mencionaron no es medianamente fácil obtener financiamiento para comercializar a un precio asequible.

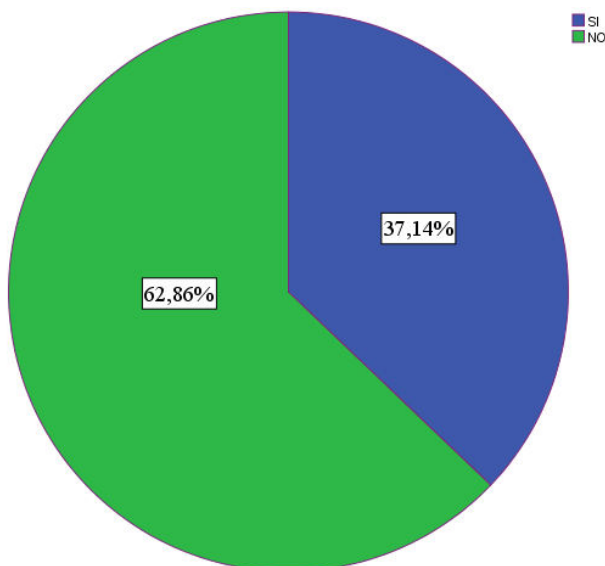
#### 4.1.1.168 Capacidad de exportar fréjol

*Tabla 191*

##### *Capacidad de exportar fréjol*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	13	37,1	37,1	37,1
	NO	22	62,9	62,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 199 Capacidad de exportar fréjol*

**Fuente: Investigación de campo**

El 37,14% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés de que algún momento estarían dispuestos a adquirir fréjol ya que en base al estudio realizado, este es el producto de mayor exportación de la mayoría de los encuestados, y de los que no lo exportan se evidencia el notable inter

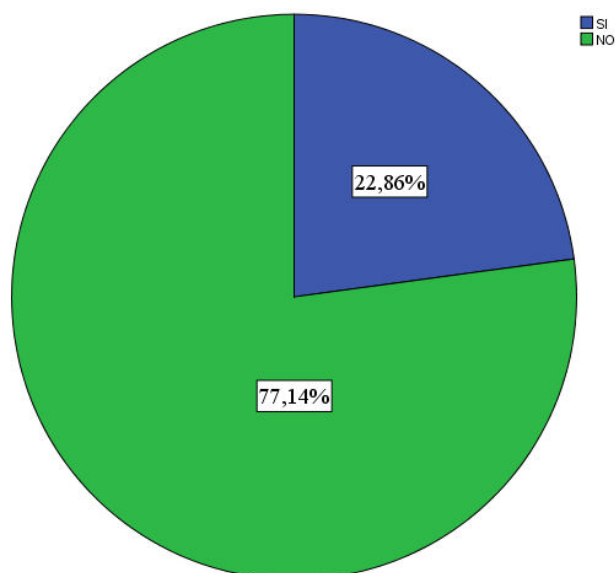
#### 4.1.1.169 Capacidad de exportar maíz

*Tabla 192*

##### *Capacidad de exportar maíz*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	8	22,9	22,9	22,9
	NO	27	77,1	77,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 200** *Capacidad de exportar maíz*

**Fuente: Investigación de campo**

El 30% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés de que algún momento estarían dispuestas a maíz ya que es producto medianamente perecible el maíz en uno de los principales productos de exportación de la zona Nor-central de la provincia de Pichincha.

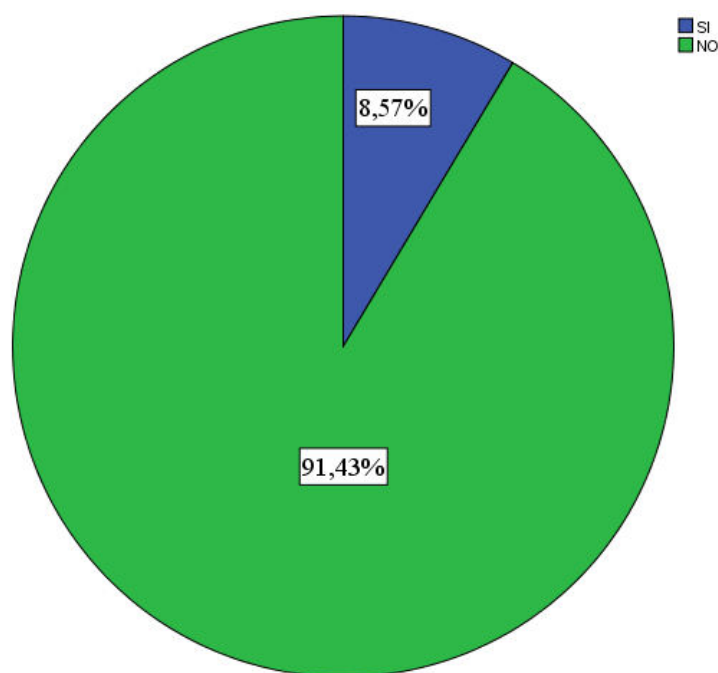
#### 4.1.1.170 Capacidad de exportar papa

*Tabla 193*

##### *Capacidad de exportar papa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 201 Capacidad de exportar papa*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de papa en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

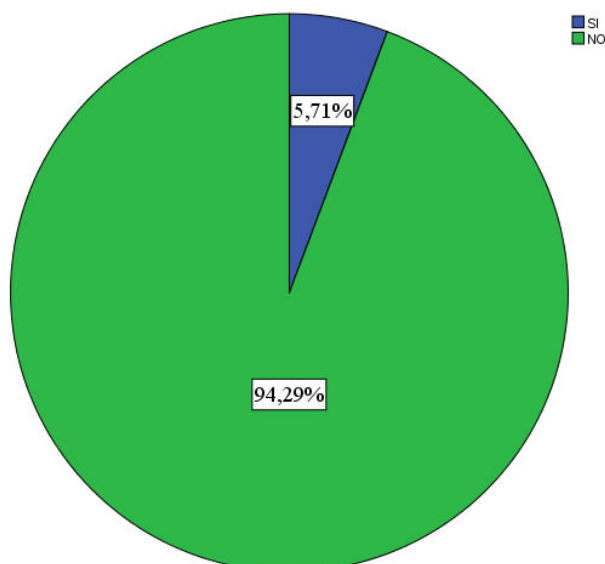
#### 4.1.1.171 Capacidad de exportar tomate de riñón

*Tabla 194*

##### *Capacidad de exportar tomate de riñón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 202** *Capacidad de exportar tomate de riñón*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de tomate de riñón en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

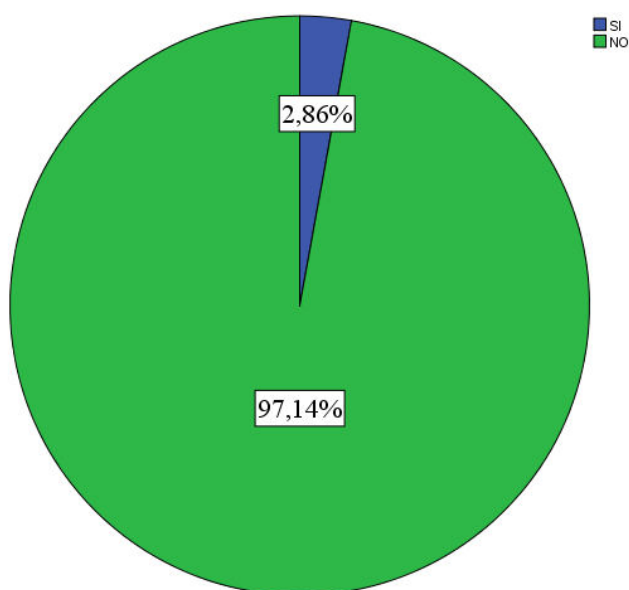
#### 4.1.1.172 Capacidad de exportar vainita

*Tabla 195*

##### *Capacidad de exportar vainita*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 203 Capacidad de exportar vainita*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de vainita en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

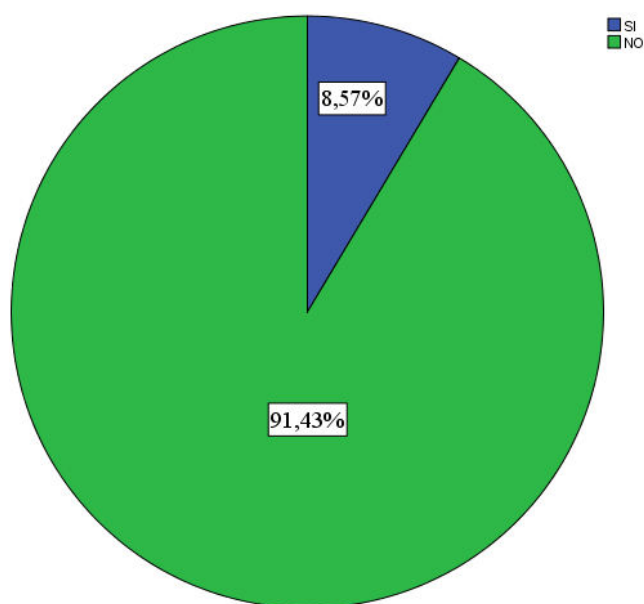
#### 4.1.1.173 Capacidad de exportar pepinillo

*Tabla 196*

##### *Capacidad de exportar pepinillo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 204 Capacidad de exportar pepinillo*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de pepinillo en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.



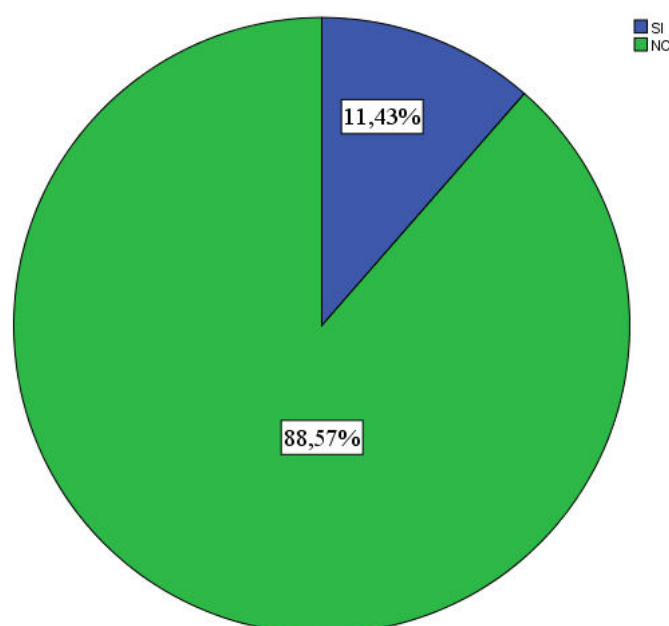
#### 4.1.1.174 Capacidad de exportar pimienta

*Tabla 197*

##### *Capacidad de exportar pimienta*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 205 Capacidad de exportar pimienta*

**Fuente:** Investigación de campo

El 11,43% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de pimienta en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

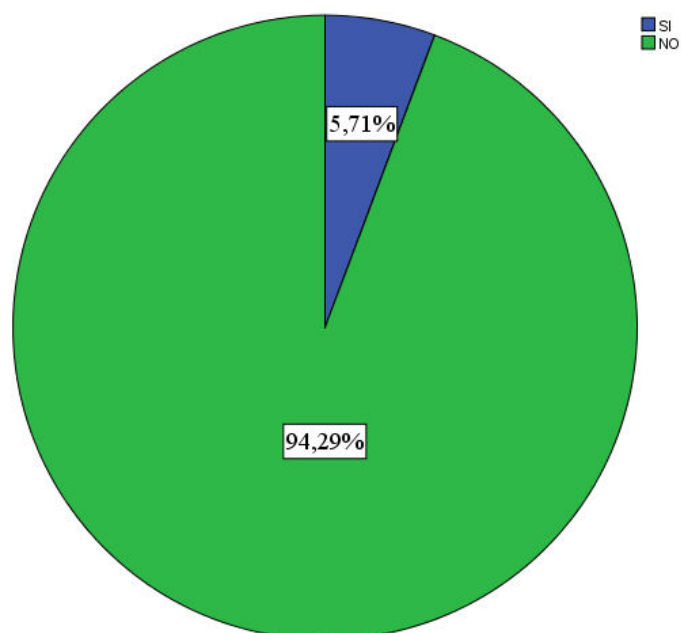
#### 4.1.1.175 Capacidad de exportar morochillo

*Tabla 198*

##### *Capacidad de exportar morochillo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 206 Capacidad de exportar morochillo*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de morochillo en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

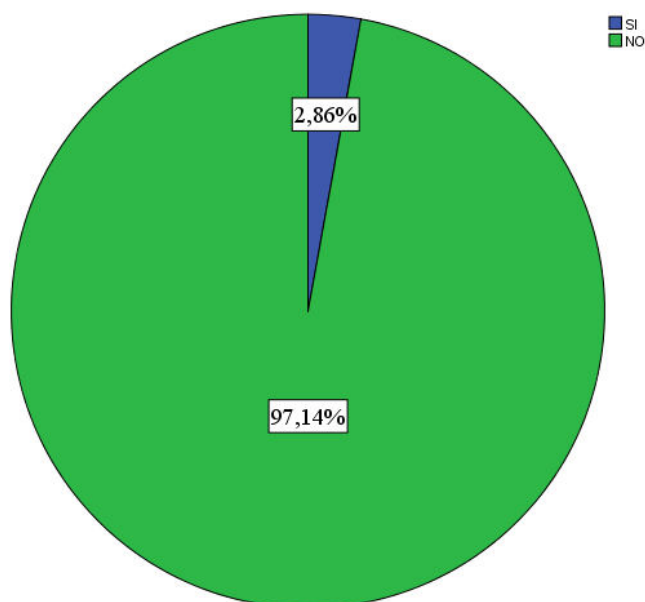
#### 4.1.1.176 Capacidad de exportar zanahoria amarilla

*Tabla 199*

##### *Capacidad de exportar zanahoria amarilla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 207 Capacidad de exportar zanahoria amarilla*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de zanahoria amarilla en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

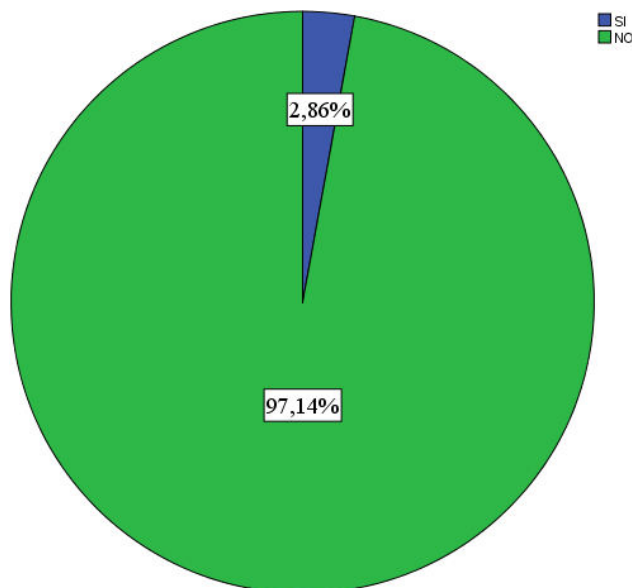
#### 4.1.1.177 Capacidad de exportar zanahoria blanca

*Tabla 200*

##### *Capacidad de exportar zanahoria blanca*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 208 Capacidad de exportar zanahoria blanca*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de zanahoria blanca en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

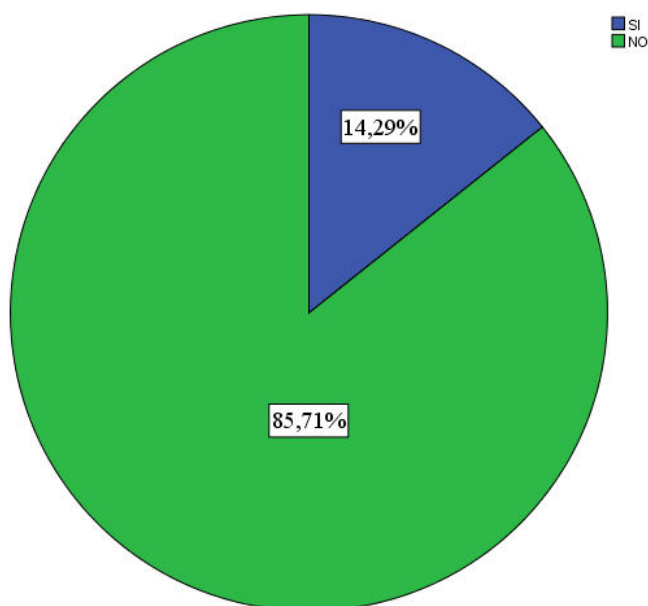
#### 4.1.1.178 Capacidad de exportar hortalizas

*Tabla 201*

##### *Capacidad de exportar hortalizas*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	5	14,3	14,3	14,3
	NO	30	85,7	85,7	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 209 Capacidad de exportar hortalizas*

**Fuente:** Investigación de campo

El 14,29% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de hortalizas en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

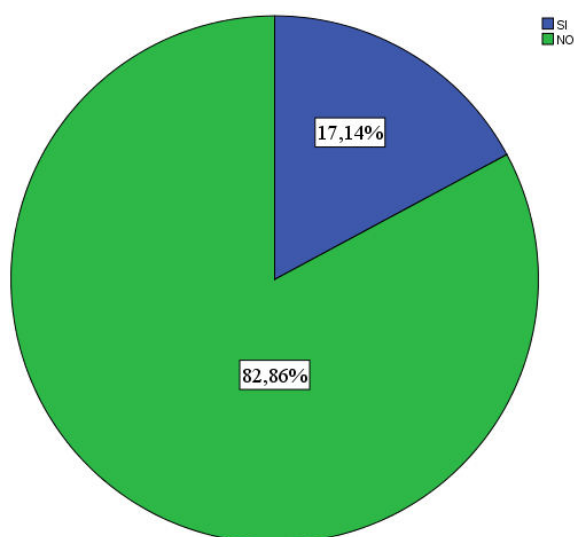
#### 4.1.1.179 Capacidad de exportar fréjol toa

*Tabla 202*

##### *Capacidad de exportar fréjol toa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	6	17,1	17,1	17,1
	NO	29	82,9	82,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 210 Capacidad de exportar fréjol toa*

**Fuente: Investigación de campo**

El 17,14% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de fréjol toa en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

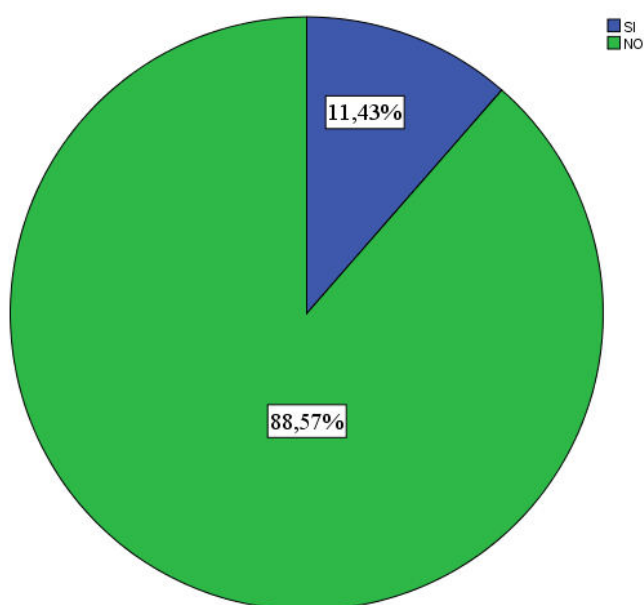
#### 4.1.1.180 Capacidad de exportar ají

*Tabla 203*

*Capacidad de exportar ají*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	4	11,4	11,4	11,4
	NO	31	88,6	88,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 211 Capacidad de exportar ají*

**Fuente:** Investigación de campo

El 11,43% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de ají en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

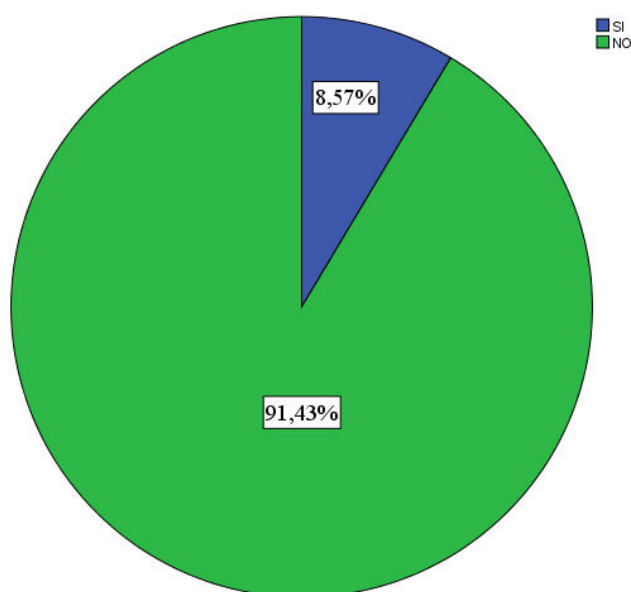
#### 4.1.1.181 Capacidad de exportar lechuga

*Tabla 204*

##### *Capacidad de exportar lechuga*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 212 Capacidad de exportar lechuga*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de lechuga en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.



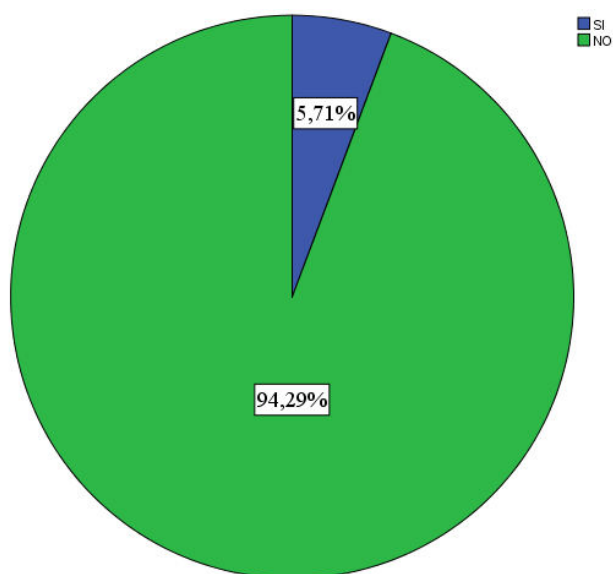
#### 4.1.1.182 Capacidad de exportar camote

*Tabla 205*

##### *Capacidad de exportar camote*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 213 Capacidad de exportar camote*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de camote en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

#### 4.1.1.183 Capacidad de exportar cebada

Tabla 206

##### Capacidad de exportar cebada

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

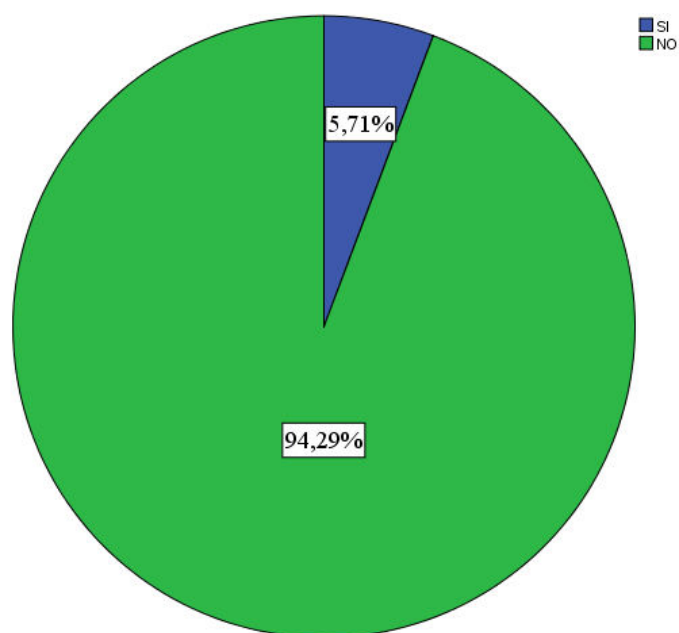


Figura 214 Capacidad de exportar cebada

Fuente: Investigación de campo

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de cebada en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

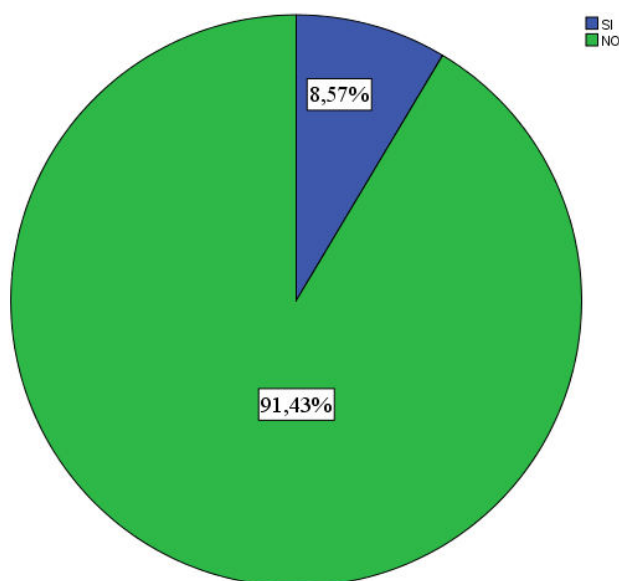
#### 4.1.1.184 Capacidad de exportar habas

*Tabla 207*

##### *Capacidad de exportar habas*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 215 Capacidad de exportar habas*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de habas en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

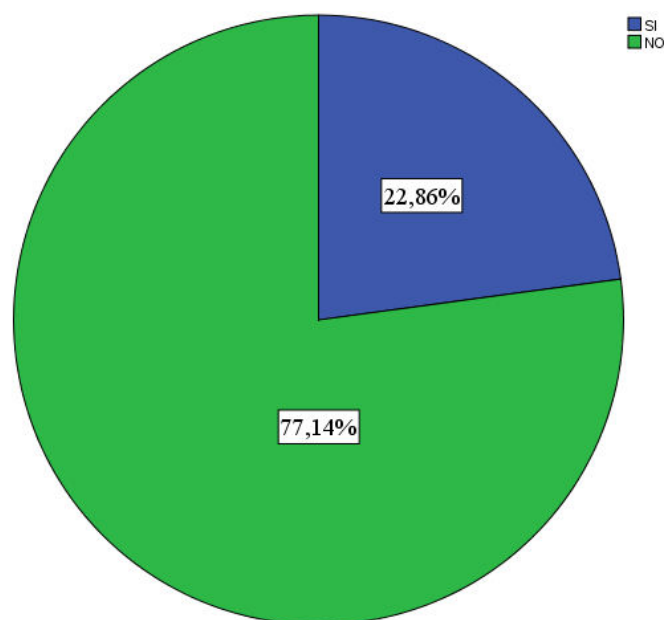
#### 4.1.1.185 Capacidad de exportar alverja

*Tabla 208*

##### *Capacidad de exportar alverja*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	8	22,9	22,9	22,9
	NO	27	77,1	77,1	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 216 Capacidad de exportar alverja*

**Fuente:** Investigación de campo

El 22,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de alverja en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

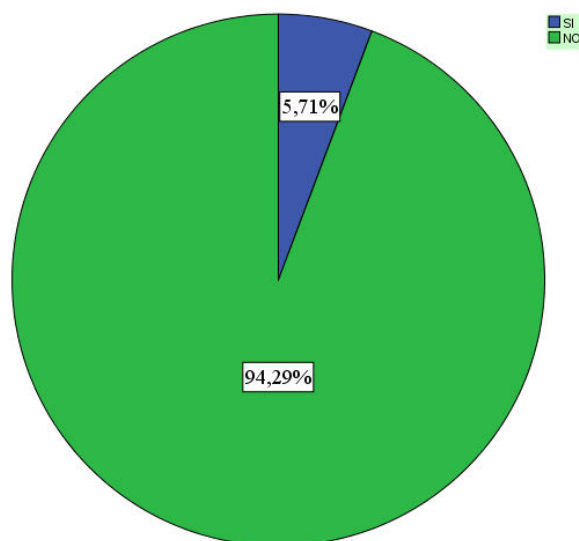
#### 4.1.1.186 Capacidad de exportar cebolla paitaña

*Tabla 209*

##### *Capacidad de exportar cebolla paitaña*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 217 Capacidad de exportar cebolla paitaña*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de cebolla paitaña en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

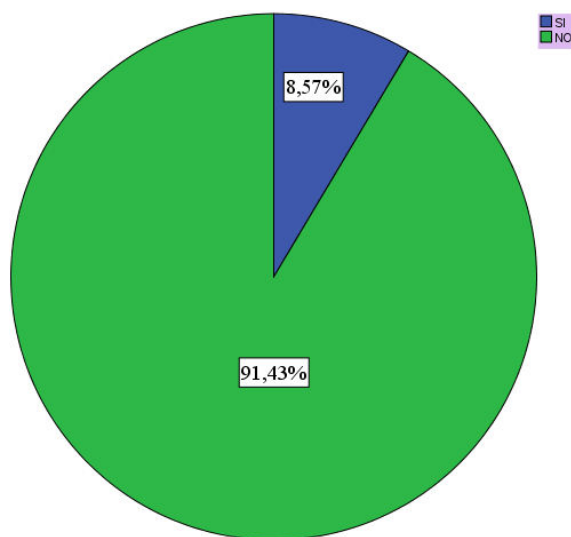
#### 4.1.1.187 Capacidad de exportar trigo

*Tabla 210*

##### *Capacidad de exportar trigo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 218 Capacidad de exportar trigo*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de trigo en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

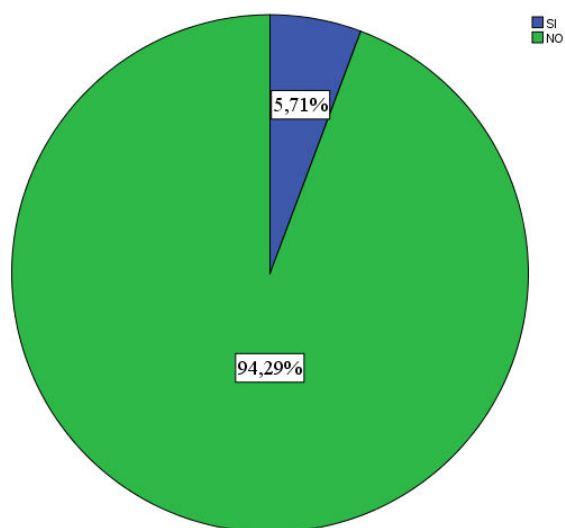
#### 4.1.1.188 Capacidad de exportar zambo

*Tabla 211*

##### *Capacidad de exportar zambo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 219 Capacidad de exportar zambo*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de zambo en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

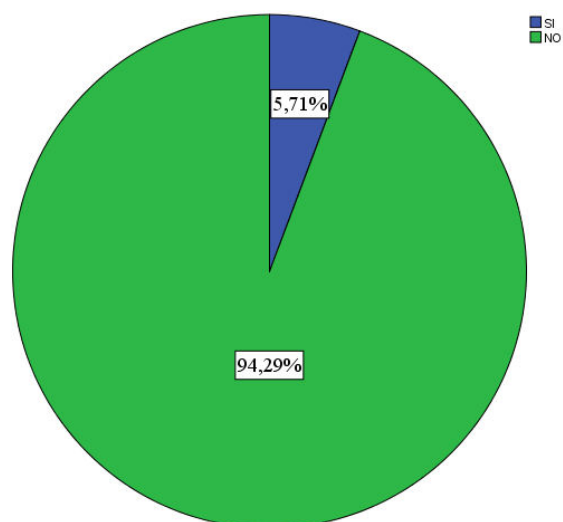
#### 4.1.1.189 Capacidad de exportar zapallo

*Tabla 212*

##### *Capacidad de exportar zapallo*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 220 Capacidad de exportar zapallo*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de zapallo en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.



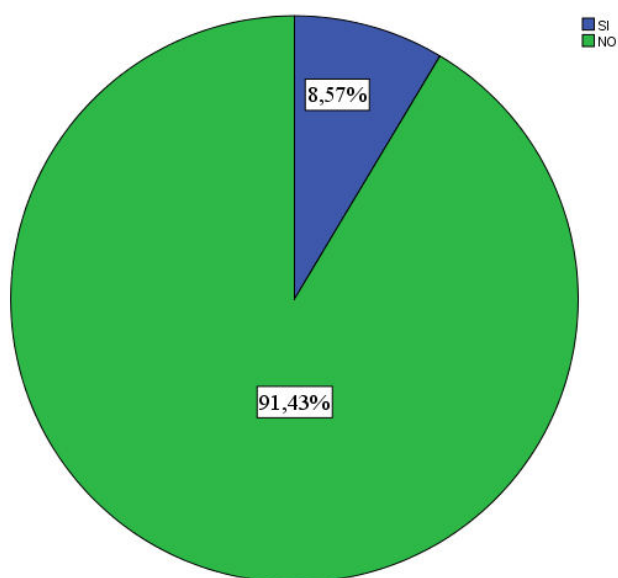
#### 4.1.1.190 Capacidad de exportar mandarina

*Tabla 213*

##### *Capacidad de exportar mandarina*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 221 Capacidad de exportar mandarina*

**Fuente:** Investigación de campo

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de mandarina en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

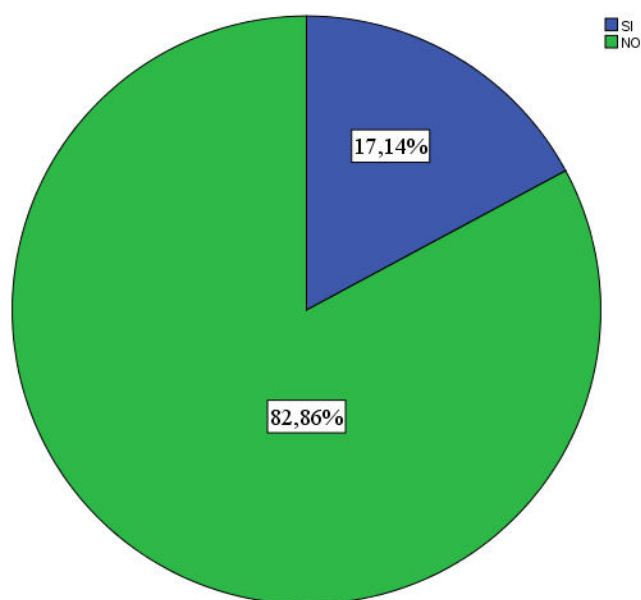
#### 4.1.1.191 Capacidad de exportar aguacate

*Tabla 214*

##### *Capacidad de exportar aguacate*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	6	17,1	17,1	17,1
	NO	29	82,9	82,9	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 222 Capacidad de exportar aguacate*

**Fuente:** Investigación de campo

El 17,14% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de aguacate en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

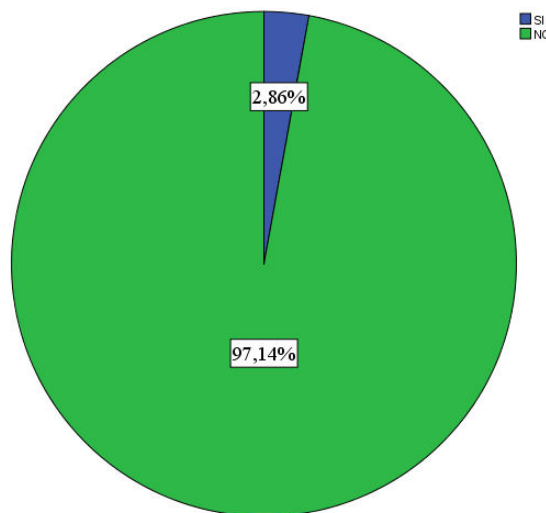
#### 4.1.1.192 Capacidad de exportar chirimoya

*Tabla 215*

##### *Capacidad de exportar chirimoya*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 223 Capacidad de exportar chirimoya*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de chirimoya en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

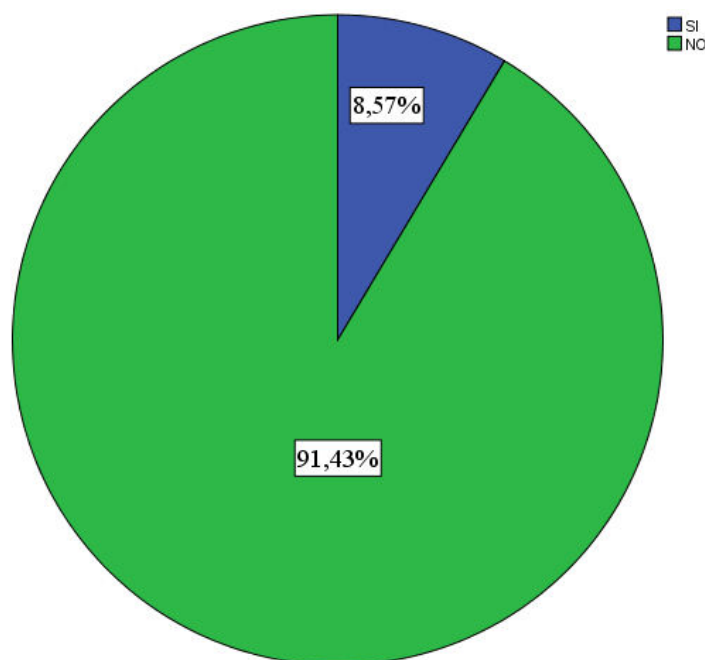
#### 4.1.1.193 Capacidad de exportar limón

*Tabla 216*

##### *Capacidad de exportar limón*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	3	8,6	8,6	8,6
	NO	32	91,4	91,4	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 224 Capacidad de exportar limón*

**Fuente: Investigación de campo**

El 8,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de limón en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

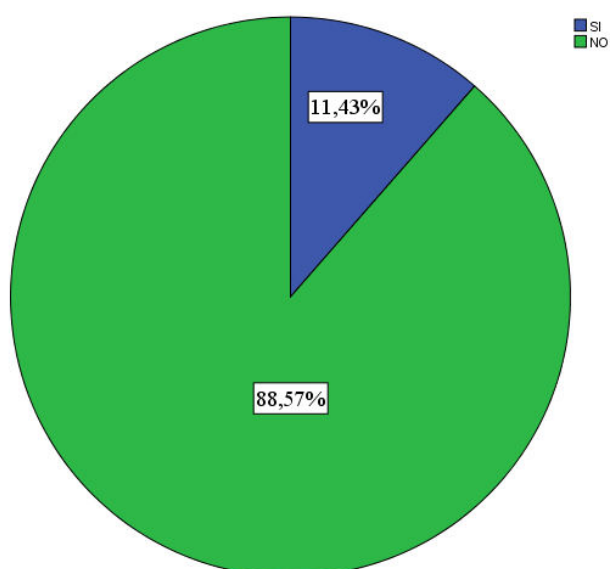
#### 4.1.1.194 Capacidad de exportar naranja

*Tabla 217*

##### *Capacidad de exportar naranja*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	4	11,4	11,4	11,4
	NO	31	88,6	88,6	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 225 Capacidad de exportar naranja*

**Fuente: Investigación de campo**

El 11,43% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de naranja en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

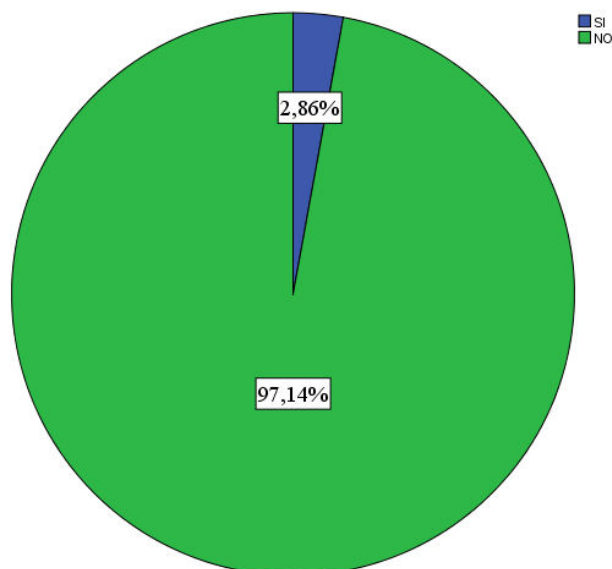
#### 4.1.1.195 Capacidad de exportar guayaba

*Tabla 218*

##### *Capacidad de exportar guayaba*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 226 Capacidad de exportar guayaba*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,9% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de guayaba en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

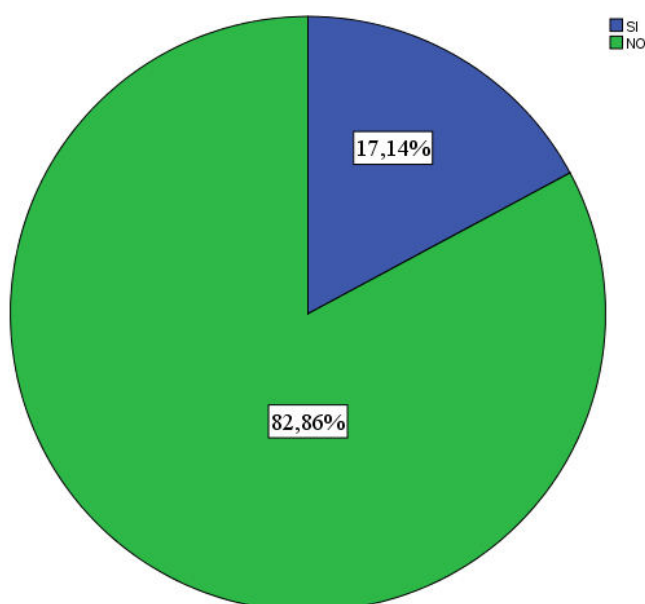
#### 4.1.1.196 Capacidad de exportar tomate de árbol

*Tabla 219*

##### *Capacidad de exportar tomate de árbol*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	6	17,1	17,1	17,1
	NO	29	82,9	82,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 227 Capacidad de exportar tomate de árbol*

**Fuente: Investigación de campo**

El 17,14% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de tomate de árbol en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

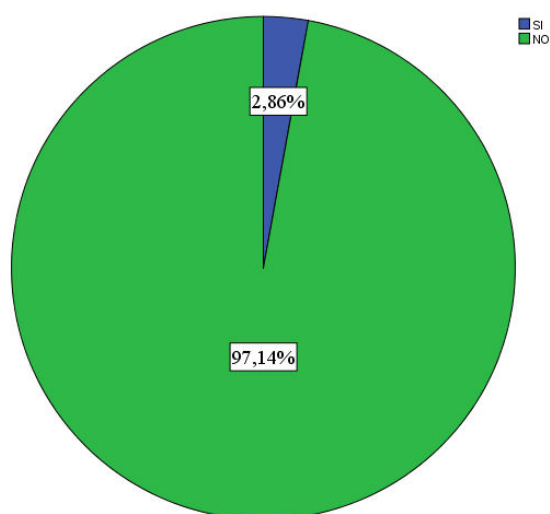
#### 4.1.1.197 Capacidad de exportar lima

*Tabla 220*

*Capacidad de exportar lima*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 228 Capacidad de exportar lima*

**Fuente:** Investigación de campo

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de lima en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.



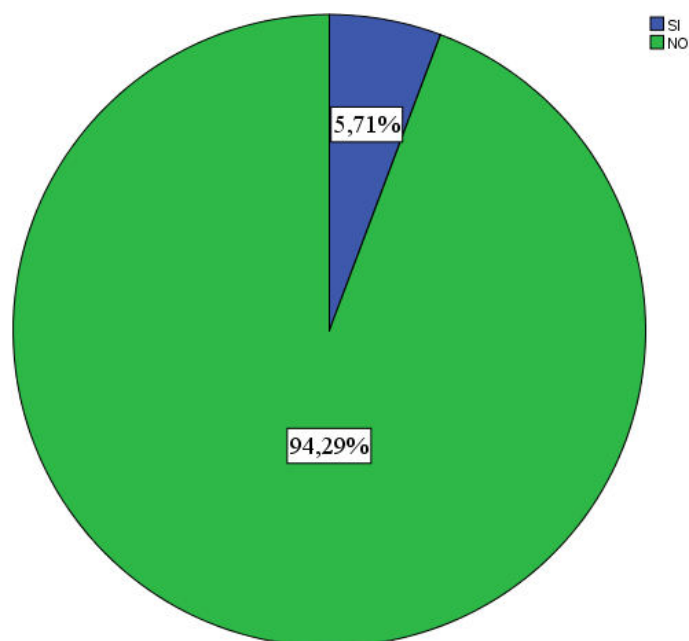
### 2.1.1.198 Capacidad de exportar babaco

*Tabla 221*

#### *Capacidad de exportar babaco*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 229 Capacidad de exportar babaco*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de babaco en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

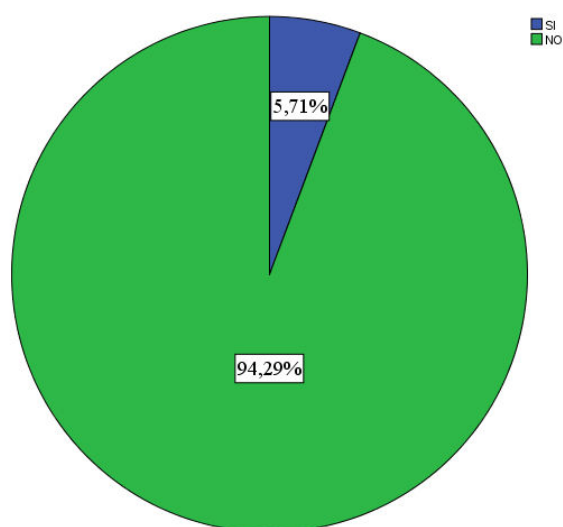
#### 4.1.1.199 Capacidad de exportar mora

*Tabla 222*

##### *Capacidad de exportar mora*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 230 Capacidad de exportar mora*

**Fuente:** Investigación de campo

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de mora en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

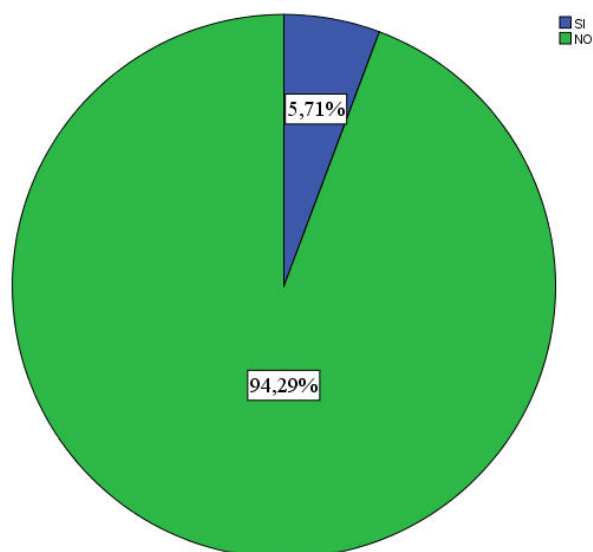
#### 4.1.1.200 Capacidad de exportar caña de azúcar

*Tabla 223*

*Capacidad de exportar caña de azúcar*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	2	5,7	5,7	5,7
	NO	33	94,3	94,3	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 231 Capacidad de exportar caña de azúcar*

**Fuente: Investigación de campo**

El 5,71% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de caña de azúcar en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

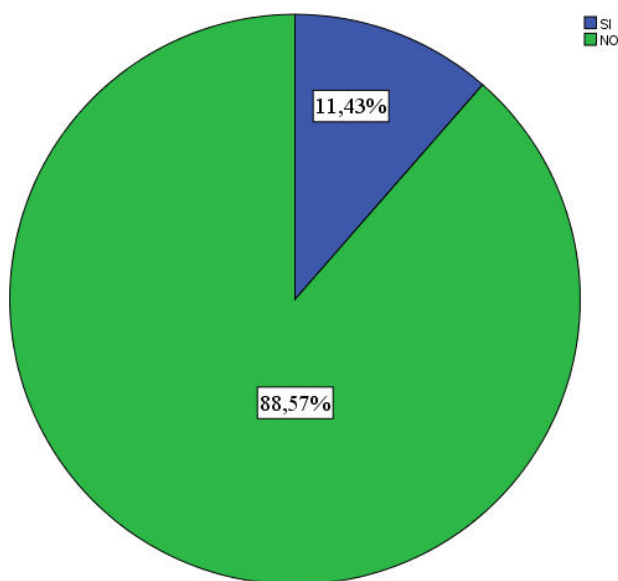
#### 4.1.1.201 Capacidad de exportar naranjilla

*Tabla 224*

*Capacidad de exportar naranjilla*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	4	11,4	11,4	11,4
	NO	31	88,6	88,6	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 232 Capacidad de exportar naranjilla*

**Fuente: Investigación de campo**

El 11,43% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de naranjilla en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

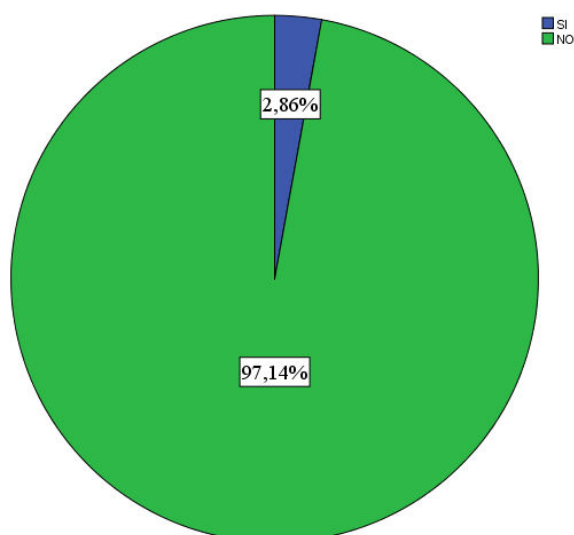
#### 4.1.1.202 Capacidad de exportar sábila

*Tabla 225*

##### *Capacidad de exportar sábila*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	2,9	2,9	2,9
	NO	34	97,1	97,1	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 233 Capacidad de exportar sábila*

**Fuente: Investigación de campo**

El 2,86% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de sábila en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

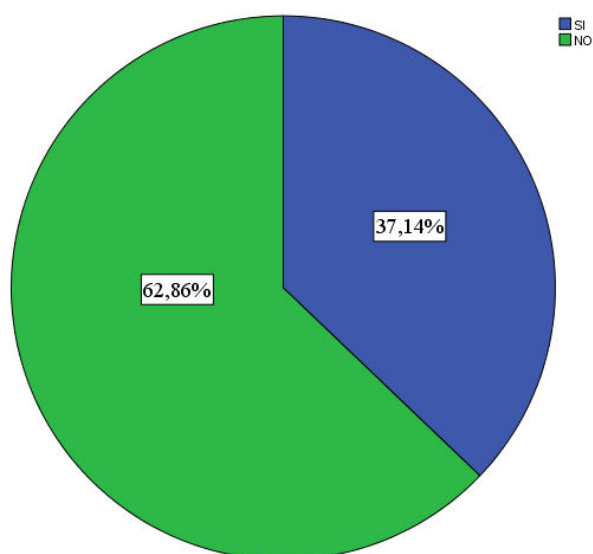
#### 4.1.1.203 Capacidad de exportar café

*Tabla 226*

*Capacidad de exportar café*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	13	37,1	37,1	37,1
	NO	22	62,9	62,9	100
Total		35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 234 Capacidad de exportar café*

**Fuente: Investigación de campo**

El 37,14% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de café en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

#### 4.1.1.204 Capacidad de exportar plátano

Tabla 227

##### Capacidad de exportar plátano

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	17	48,6	48,6	48,6
	NO	18	51,4	51,4	100
	Total	35	100	100	

Fuente: Investigación de campo

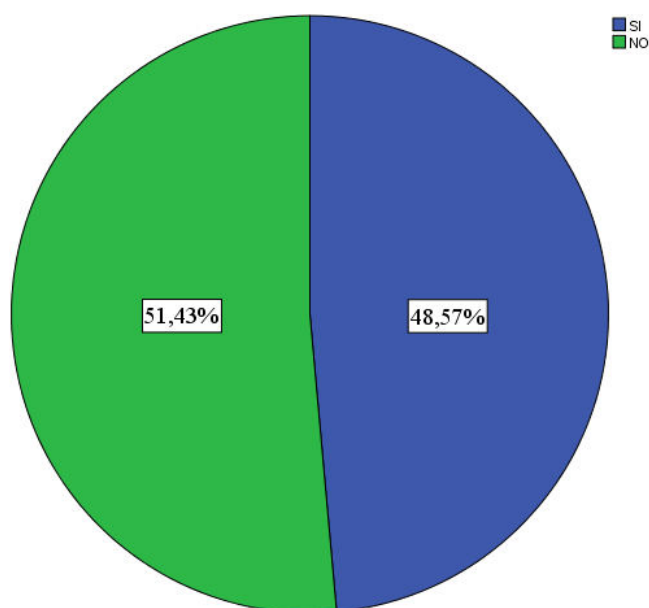


Figura 235 Capacidad de exportar plátano

Fuente: Investigación de campo

El 48,57% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de plátano en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.

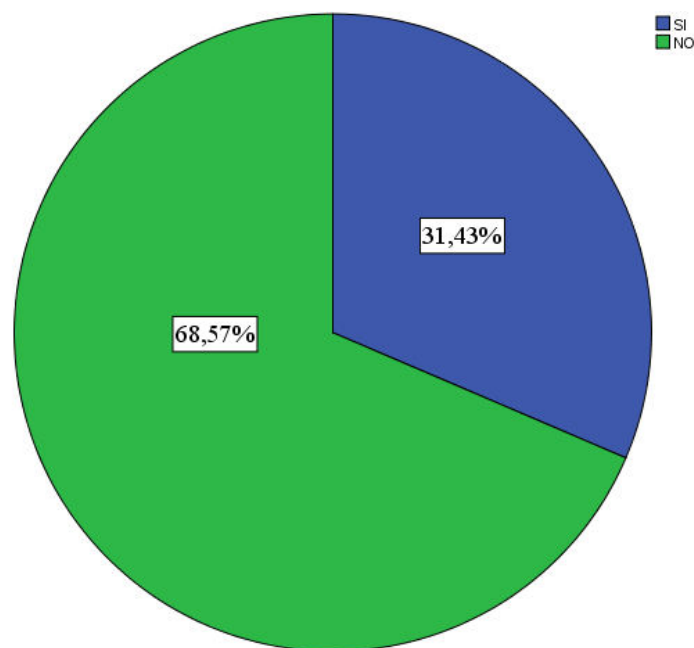
#### 4.1.1.205 Capacidad de exportar yuca

*Tabla 228*

*Capacidad de exportar yuca*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	11	31,4	31,4	31,4
	NO	24	68,6	68,6	100
	Total	35	100	100	

**Fuente: Investigación de campo**



*Figura 236 Capacidad de exportar yuca*

**Fuente: Investigación de campo**

El 31,43% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron su interés por la exportación de yuca en cualquier momento una vez que se hayan cumplido las exigencias.



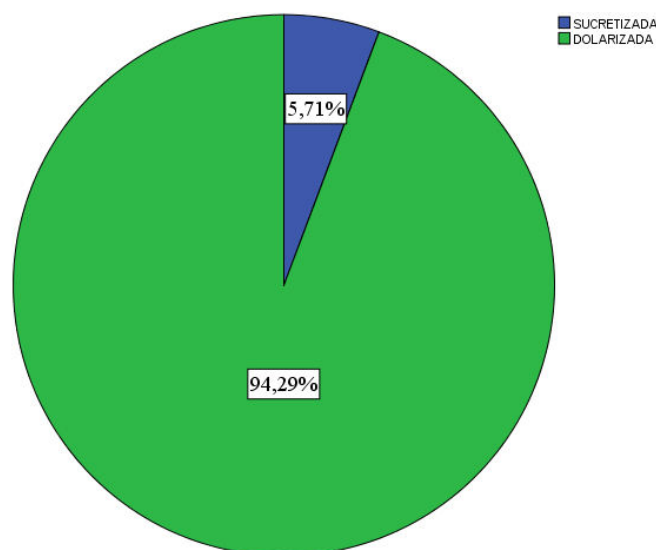
#### 4.1.1.206 ¿En qué época ha sido mejor exportar?

*Tabla 229*

##### *Mejor época de exportación*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SUCRETIZADA	2	5,7	5,7	5,7
	DOLARIZADA	33	94,3	94,3	100
	Total	35	100	100	

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 237 Mejor época de exportación*

**Fuente:** Investigación de campo

El 94,28% de las personas y empresas agroexportadoras expresaron que la mejor época para la exportación ha sido la dolarizada, ya que aunque no sea una moneda propia nos vuelve competitivos en la actualidad por el proceso de devaluación de las monedas de los países vecinos.

## 4.1.2 Análisis Bivariado

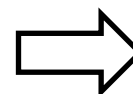
### 4.1.2.1 ¿Cuántos empleados tiene su empresa en el país que usted trabaja? \* ¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa proviene de las exportaciones?

Tabla 230

#### Correlación empleados - Ingresos

		¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?			Total	
		25% O MENOS	26% - 50%	MAS DEL 50%		
¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	MENOS DE 9	Count	10	5	0	15
		% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	67%	33%	0%	100%
		% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	67%	63%	0%	43%
		% of Total	29%	14%	0%	43%
	DE 10-	Count	3	2	4	9

CONTINÚA



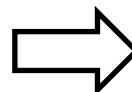
24	% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	33%	22%	44%	100%
	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	20%	25%	33%	26%
	% of Total	9%	6%	11%	26%
DE 25-50	Count	1	1	2	4
	% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	25%	25%	50%	100%
	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	7%	13%	17%	11%
	% of Total	3%	3%	6%	11%
DE 51-100	Count	0	0	3	3
	% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	0%	0%	100%	100%

CONTINÚA



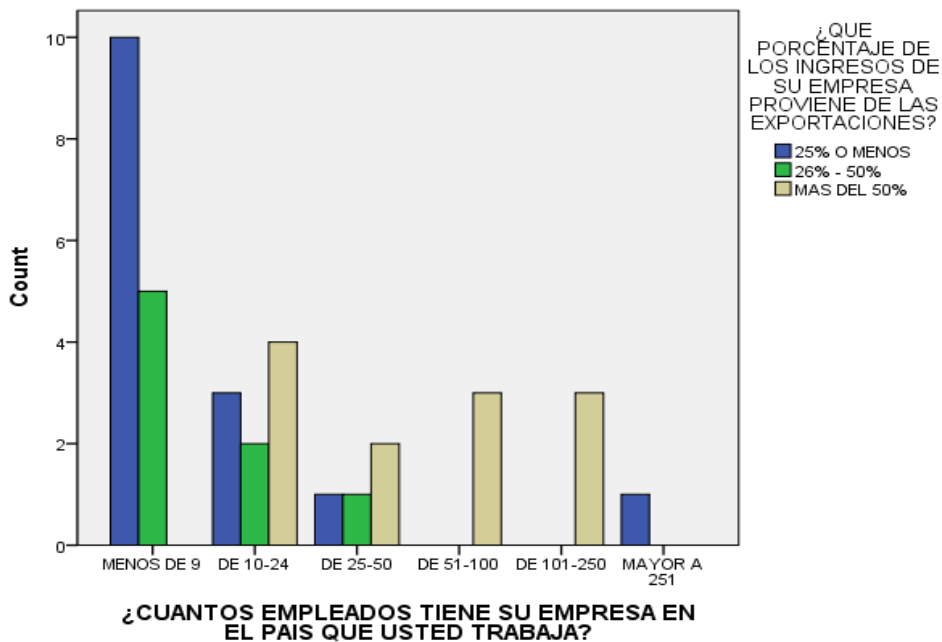
	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	0%	0%	25%	9%
	% of Total	0%	0%	9%	9%
DE 101- 250	Count	0	0	3	3
	% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	0%	0%	100%	100%
	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	0%	0%	25%	9%
	% of Total	0%	0%	9%	9%
MAYOR A 251	Count	1	0	0	1
	% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	100%	0%	0%	100%

CONTINÚA



	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	7%	0%	0%	3%
	% of Total	3%	0%	0%	3%
<b>Total</b>	Count	15	8	12	35
	% within ¿CUANTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA EN EL PAIS QUE USTED TRABAJA?	43%	23%	34%	100%
	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	100%	100%	100%	100%
	% of Total	43%	23%	34%	100%

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 238 Correlación empleados - Ingresos**

**Fuente: Investigación de campo**

El 67% de los agroexportadores que cuentan con menos de 9 empleados en su empresa, son aquellos que perciben ingresos por las exportaciones menores al 25%.

Sin embargo en segundo lugar se encuentran los que perciben ingresos mayores al 50% por las exportaciones y poseen de 10 a 24 empleados, es decir son empresas pequeñas que exportan en su totalidad los productos.

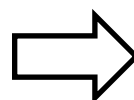
#### 4.1.2.2 ¿Qué porcentaje de los ingresos de su empresa proviene de las exportaciones? \* Productos que exporta

**Tabla 231**

**Correlación Ingresos – Productos de exportación**

			PRODUCTOS QUE EXPORTA				Total
			FRUTICOLAS	HORTÍCOLAS	AMBOS	OTROS	
¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	25% O MENOS	Count	2	7	3	3	15
		% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	13%	47%	20%	20%	100%
		% within PRODUCTOS QUE EXPORTA	22%	50%	50%	50%	43%
		% of Total	6%	20%	9%	9%	43%
26% - 50%		Count	3	4	1	0	8
		% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	38%	50%	13%	0%	100%
		% within PRODUCTOS QUE EXPORTA	33%	29%	17%	0%	23%
		% of Total	9%	11%	3%	0%	23%
MAS DEL 50%		Count	4	3	2	3	12
		% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	33%	25%	17%	25%	100%
		% within PRODUCTOS QUE EXPORTA	44%	21%	33%	50%	34%
		% of Total	12%	11%	9%	12%	44%

CONTINÚA



	% of Total	11%	9%	6%	9%	34%
<b>Total</b>	Count	9	14	6	6	35
	% within ¿QUE PORCENTAJE DE LOS INGRESOS DE SU EMPRESA PROVIENE DE LAS EXPORTACIONES?	26%	40%	17%	17%	100%
	% within PRODUCTOS QUE EXPORTA	100%	100%	100%	100%	100%
	% of Total	26%	40%	17%	17%	100%

Fuente: Investigación de campo

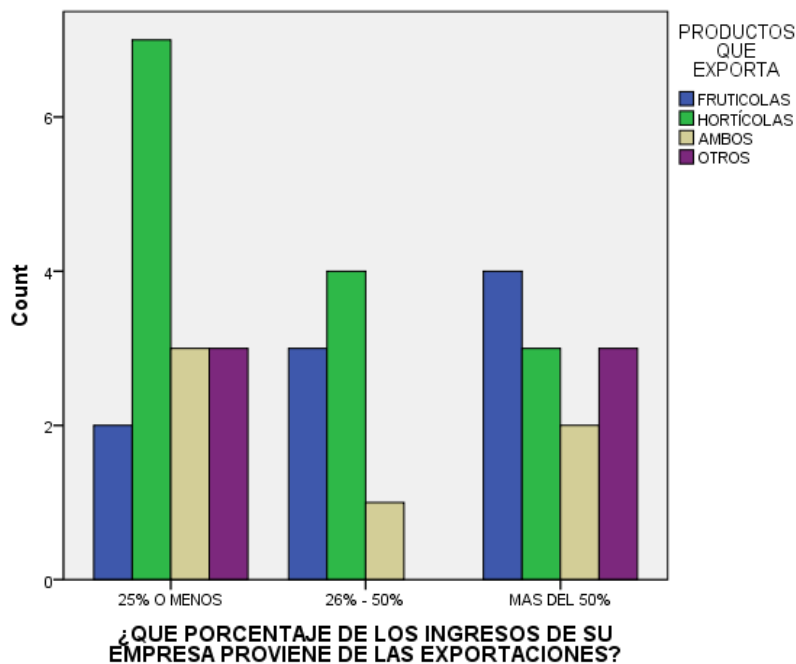


Figura 239 Correlación Ingresos – Productos de exportación

Fuente: Investigación de campo



El 25% o menos de los ingresos de las exportaciones provienen de productos hortícolas con un 46,7%. De los ingresos del 26% al 50%, provenientes de las exportaciones en su mayoría está representado con productos frutícolas, con un 50%.

#### 4.1.2.3 ¿Exporta fréjol? \* Grado de percibibilidad fréjol

Tabla 232

##### Correlación fréjol – Grado de percibibilidad fréjol

		GRADO DE PERECIBILIDAD FRÉJOL					Total	
		POCO PERECIBILE	PERECIBILE	MUY PERECIBILE	ALTAMENTE PERECIBILE	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO		
¿EXPORTA FRÉJOL?	SI	Count	4	2	1	1	1	9
		% within ¿EXPORTA FRÉJOL?	44%	22%	11%	11%	11%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD FRÉJOL	100%	100%	100%	100%	4%	26%
		% of Total	11%	6%	3%	3%	3%	26%
NO		Count	0	0	0	0	26	26
		% within ¿EXPORTA FRÉJOL?	0%	0%	0%	0%	100%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD FRÉJOL	0%	0%	0%	0%	96%	74%
		% of Total	0%	0%	0%	0%	74%	74%
<b>Total</b>		Count	4	2	1	1	27	35
		% within ¿EXPORTA FRÉJOL?	11%	6%	3%	3%	77%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD FRÉJOL	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		% of Total	11%	6%	3%	3%	77%	100%

Fuente: Investigación de campo

El 44% de las personas que exportan este producto consideran que el fréjol es un producto poco perecible lo que hace que se facilite su exportación por su durabilidad.

#### 4.1.2.4 ¿Exporta aguacate? \* Grado de perecibilidad aguacate

*Tabla 233*

##### *Correlación aguacate – Grado de perecibilidad aguacate*

		GRADO DE PERECIBILIDAD AGUACATE		Total	
		MUY PERECIBLE	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO		
¿EXPORTA AGUACATE?	SI	Count	2	1	3
		% within ¿EXPORTA AGUACATE?	67%	33%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD AGUACATE	100%	3%	9%
		% of Total	6%	3%	9%
NO		Count	0	32	32
		% within ¿EXPORTA AGUACATE?	0%	100%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD AGUACATE	0%	97%	91%
		% of Total	0%	91%	91%
<b>Total</b>		Count	2	33	35

CONTINÚA



% within ¿EXPORTA AGUACATE?	6%	94%	100%
% within GRADO DE PERECIBILIDAD AGUACATE	100%	100%	100%
% of Total	6%	94%	100%

**Fuente: Investigación de campo**

El 67% de las empresas y personas que exportan aguacate consideran que este producto es muy perecible y su exportación es complicada sin embargo las empresas y personas intentan exportarlo con cadenas de frío o con tipos de aguacate que tarden en la maduración como el aguacate Haz.

**4.1.2.5 ¿Exporta tomate de árbol? \* Grado de perecibilidad Tomate de árbol**

*Tabla 234*

*Correlación tomate de árbol – Grado de perecibilidad tomate de árbol*

		GRADO DE PERECIBILIDAD TOMATE DE ÁRBOL		Total	
		MUY PERECIBLE	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO		
<b>¿EXPORTA TOMATE DE ÁRBOL?</b>	SI	Count	2	1	3
		% within	67%	33%	100%
		¿EXPORTA TOMATE DE ÁRBOL?			
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD TOMATE DE ÁRBOL	100%	3%	9%
	% of Total	6%	3%	9%	
NO	Count	0	32	32	
	% within	0%	100%	100%	
	¿EXPORTA TOMATE DE ÁRBOL?				

CONTINÚA



	% within GRADO DE PERECIBILIDAD TOMATE DE ÁRBOL	0%	97%	91%
	% of Total	0%	91%	91%
<b>Total</b>	Count	2	33	35
	% within ¿EXPORTA TOMATE DE ÁRBOL?	6%	94%	100%
	% within GRADO DE PERECIBILIDAD TOMATE DE ÁRBOL	100%	100%	100%
	% of Total	6%	94%	100%

**Fuente: Investigación de campo**

El 67% de las personas o empresas agroexportadoras que exportan tomate de árbol consideran que este producto es muy perecible. Esto quiere decir que al ser productos perecibles se debe necesariamente manejar cadenas de frío que incurren en costos de transporte.

#### 4.1.2.6 ¿Exporta cebolla? \* Grado de perecibilidad cebolla

Tabla 235

*Correlación cebolla – Grado de perecibilidad cebolla*

		GRADO DE PERECIBILIDAD CEBOLLA		Total	
		PERECIBLE	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO		
¿EXPORTA CEBOLLA?	SI	Count	2	1	3
		% within ¿EXPORTA CEBOLLA?	67%	33%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD CEBOLLA	100%	3%	9%
		% of Total	6%	3%	9%
	NO	Count	0	32	32
		% within ¿EXPORTA CEBOLLA?	0%	100%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD CEBOLLA	0%	97%	91%
		% of Total	0%	91%	91%
	<b>Total</b>	Count	2	33	35
		% within ¿EXPORTA CEBOLLA?	6%	94%	100%
% within GRADO DE PERECIBILIDAD CEBOLLA		100%	100%	100%	
% of Total		6%	94%	100%	

**Fuente:** Investigación de campo

El 67% de las personas o empresas agroexportadoras que exportan cebolla consideran que este producto es perecible en grado tres siendo 5 el grado altamente perecible. Esto quiere decir que al ser un producto perecible debe enviarse con precaución y cadena de frío.

#### 4.1.2.7 ¿Exporta café? \* Grado de perecibilidad café

Tabla 236

Correlación café – Grado de perecibilidad café

		GRADO DE PERECIBILIDAD CAFE			Total	
		POCO PERECIBLE	PERECIBLE	NO EXPORTO ESTE PRODUCTO		
¿EXPORTA CAFÉ?	SI	Count	1	1	1	3
		% within ¿EXPORTA CAFÉ?	33%	33%	33%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD CAFE	100%	50%	3%	9%
		% of Total	3%	3%	3%	9%
NO		Count	0	1	31	32
		% within ¿EXPORTA CAFÉ?	0%	3%	97%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD CAFE	0%	50%	97%	91%
		% of Total	0%	3%	89%	91%
Total		Count	1	2	32	35
		% within ¿EXPORTA CAFÉ?	3%	6%	91%	100%
		% within GRADO DE PERECIBILIDAD CAFE	100%	100%	100%	100%
		% of Total	3%	6%	91%	100%

**Fuente: Investigación de campo**

El 33 % de las personas o empresas agroexportadoras que exporta café consideran que este producto es poco perecible y perecible, es decir es un producto de gran oportunidad de exportación.

### 4.1.3 Informe general

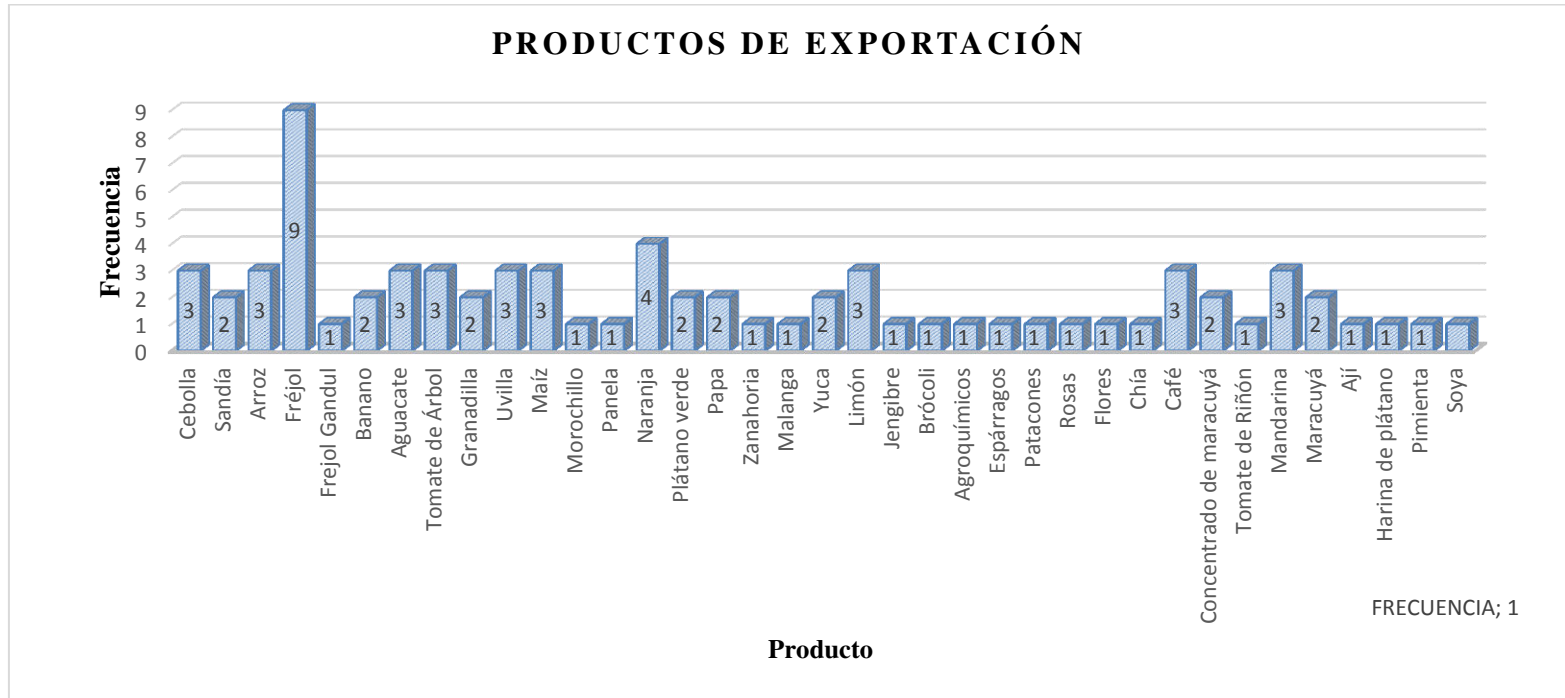
#### 4.1.3.1 Productos de exportación

*Tabla 237*

*Productos de exportación*

PRODUCTOS	FRECUENCIA	DESTINO
Cebolla	3	EE.UU – Centro América – Colombia
Sandía	2	Holanda – España – Inglaterra
Arroz	3	Colombia
Fréjol	9	Colombia – Italia – EE.UU - Costa Rica – Nicaragua – República Dominicana
Frejol Gandul	1	Costa Rica
Banano	2	EE.UU – España – Inglaterra
Aguacate	3	Colombia – España – Inglaterra
Tomate de Árbol	3	España – Alemania – Inglaterra
Granadilla	2	España – Inglaterra
Uvilla	3	Alemania – Holanda – España, Reino unido – Canadá – Inglaterra
Maíz	3	Colombia – República Dominicana
Morochillo	1	Italia
Panela	1	España
Naranja	4	EE.UU – España – Inglaterra – Colombia
Plátano verde	2	España – Inglaterra
Papa	2	Venezuela
Zanahoria	1	Venezuela
Malanga	1	Haití – EE.UU – Isla Guadalupe
Yuca	2	Haití
Limón	3	España – Inglaterra – Haití
Jengibre	1	EE.UU
Brócoli	1	Japón
Agroquímicos	1	Colombia – Perú – Centro América
Espárragos	1	EE.UU – Europa
Patacones	1	EE.UU
Rosas	1	Chile – EE.UU – Rusia
Flores	1	Rusia – Francia – Italia – Alemania
Chía	1	Chile – Panamá – EE.UU
Café	3	Holanda – Colombia – Francia - Italia – Rusia Panamá – EE.UU – Chile – Inglaterra – Japón – República Dominicana – Reino Unido – Nicaragua – Costa Rica
Concentrado de maracuyá	2	EE.UU, Colombia, Canadá, Holanda, Reino Unido, Australia, Puerto Rico, Argentina, Alemania
Tomate de Riñón	1	Colombia
Mandarina	3	España – Inglaterra
Maracuyá	2	España – Inglaterra
Ají	1	EE.UU
Harina de plátano	1	EE.UU
Pimienta	1	EE.UU
Soya	1	Colombia

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 240 Productos de exportación*

**Fuente:** Investigación de campo



El principal producto de las personas y empresas agroexportadoras es el fréjol tanto el normal, como el fréjol gandul siendo 10 la frecuencia de exportadores, los destinos de exportación de este producto son: Colombia, Italia, EE.UU, Costa Rica, Nicaragua, República Dominicana y Costa Rica

El segundo producto de mayor exportación de las personas y empresas agroexportadoras es la naranja siendo 4 la frecuencia de exportadores, los destinos de exportación de este producto son: EE.UU, España, Inglaterra, Colombia.

Los terceros principales productos de exportación entre las personas y empresas agroexportadoras son: la cebolla, arroz, aguacate, tomate de árbol, uvilla, maíz, limón, café y mandarina, los destinos de exportación de estos productos son: EE.UU, Centro América, Colombia, España, Inglaterra, Alemania, Holanda, Reino Unido, Canadá, Haití, Holanda, Francia, Italia, Rusia, Panamá, Chile, Inglaterra, Japón, República Dominicana, Reino Unido, Nicaragua, Costa Rica

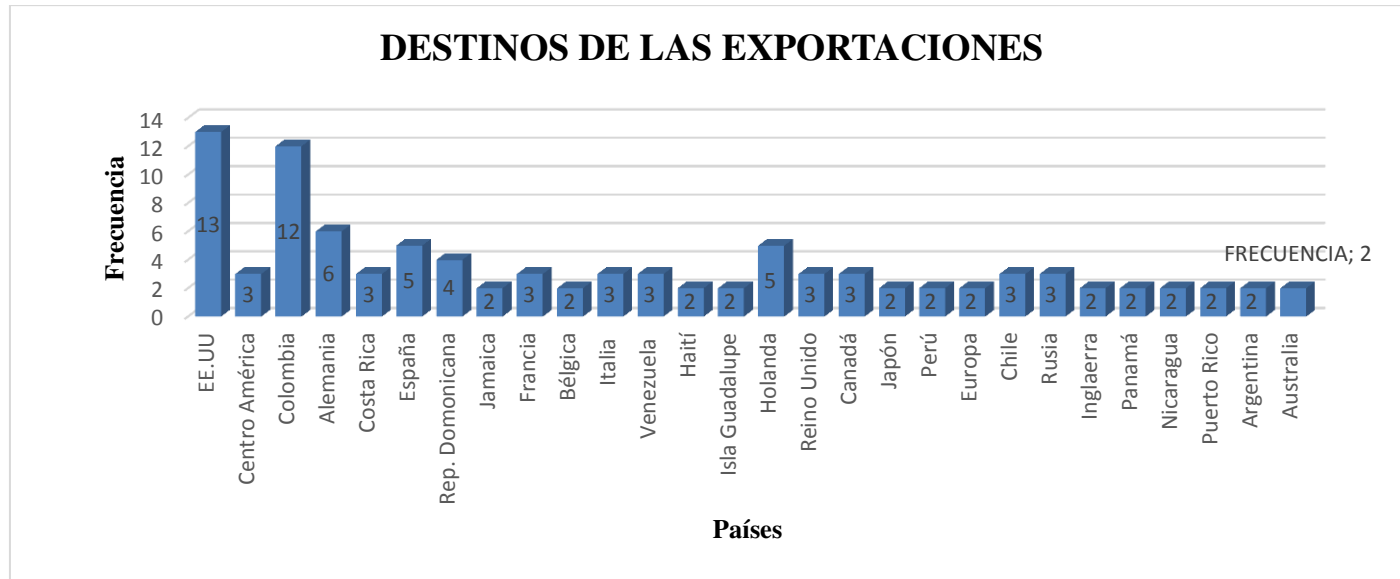
#### 4.1.3.2 Destino de las exportaciones

*Tabla 238*

*Principales destinos de las exportaciones*

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES	FRECUENCIA
EE.UU	13
Centro América	3
Colombia	12
Alemania	6
Costa Rica	3
España	5
Rep. Dominicana	4
Jamaica	2
Francia	3
Bélgica	2
Italia	3
Venezuela	3
Haití	2
Isla Guadalupe	2
Holanda	5
Reino Unido	3
Canadá	3
Japón	2
Perú	2
Europa	2
Chile	3
Rusia	3
Inglaterra	2
Panamá	2
Nicaragua	2
Puerto Rico	2
Argentina	2
Australia	2

**Fuente:** Investigación de campo



*Figura 241 Principales destinos de las exportaciones*

**Fuente: Investigación de campo**

El principal destino de las exportaciones es Estados Unidos, siendo 13 las personas o empresas agroexportadoras, en segundo lugar está Colombia siendo 12 los encuestados que exportan a este país por las facilidades de transporte.

En tercer lugar se encuentra el país de Alemania gracias a los acuerdos bilaterales que facilitan la exportación de productos a ese país.

En cuarto lugar se encuentran dos países que son España y Holanda con una frecuencia de 5 cada uno, es decir que gracias a Los acuerdos que hay con la Unión Europea las exportaciones son factibles.

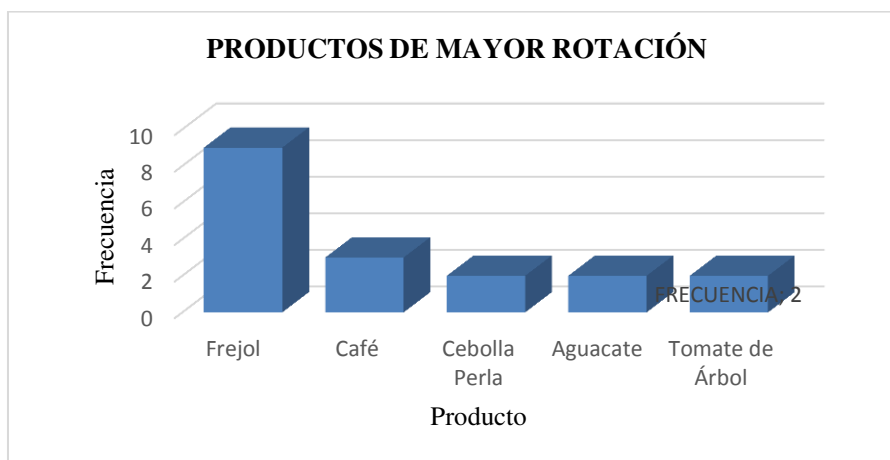
#### **4.1.3.3 Cinco productos de mayor rotación (Ventas)**

*Tabla 239*

##### *Cinco productos de mayor rotación (Ventas)*

<b>PRODUCTOS DE MAYOR ROTACIÓN</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<b>Frejol</b>	9
<b>Café</b>	3
<b>Cebolla Perla</b>	2
<b>Aguacate</b>	2
<b>Tomate de Árbol</b>	2

**Fuente: Investigación de campo**



**Figura 242** Cinco productos de mayor rotación (Ventas)

**Fuente: Investigación de campo**

El principal producto de exportación de las empresas y personas agroexportadoras es el fréjol, en segundo lugar se encuentra el café y en tercer lugar con la misma frecuencia está la cebolla, el aguacate y el tomate de árbol. Son tres productos hortícolas y dos frutícolas.

#### 4.1.3.4 Grado de perecibilidad de los productos de exportación

**Tabla 240**

##### *Productos y grados de perecibilidad*

PRODUCTOS	GRADOS	
<b>Cebolla</b>	3	Perecible
<b>Sandía</b>	1,4	No perecible/Muy perecible
<b>Arroz</b>	2,3,5	Poco perecible/Perecible/Altamente perecible
<b>Fréjol</b>	2,3,4,5	Poco perecible/Perecible/Muy perecible/Altamente perecible
<b>Frejol Gandul</b>	2,3	Poco perecible/Perecible
<b>Banano</b>	2	Poco perecible
<b>Aguacate</b>	4	Muy perecible

CONTINÚA



<b>Tomate de Árbol</b>	4	Muy perecible
<b>Granadilla</b>	5	Altamente perecible
<b>Uvilla</b>	3	Perecible
<b>Maíz</b>	2,3,4	Poco perecible/Perecible/Muy perecible
<b>Morochillo</b>	2	Poco perecible
<b>Panela</b>	4	Muy perecible
<b>Naranja</b>	2,3	Poco perecible/Perecible
<b>Plátano verde</b>	3	Perecible
<b>Papa</b>	3,4	Perecible/Muy perecible
<b>Zanahoria</b>	4	Muy perecible
<b>Malanga</b>	4	Muy perecible
<b>Yuca</b>	3,4	Perecible/Muy perecible
<b>Limón</b>	2,5	Poco perecible, Altamente perecible
<b>Jengibre</b>	2	Poco perecible
<b>Brócoli</b>	5	Altamente perecible
<b>Agroquímicos</b>	2	Poco perecible
<b>Espárragos</b>	1	No perecible
<b>Patacones</b>	3	Perecible
<b>Rosas</b>	4	Muy perecible
<b>Flores</b>	5	Altamente perecible
<b>Chía</b>	2	Poco perecible
<b>Café</b>	2,3	Poco perecible/Perecible
<b>Concentrado de maracuyá</b>	4	Muy perecible
<b>Tomate de Riñón</b>	3	Perecible
<b>Mandarina</b>	2,3	Poco perecible/Perecible
<b>Maracuyá</b>	4	Muy perecible
<b>Ají</b>	4	Muy perecible
<b>Harina de plátano</b>	1	No perecible
<b>Pimienta</b>	1,2	No perecible/Poco perecible
<b>Soya</b>	2,3	Poco perecible/Perecible

**Fuente: Investigación de campo**

Para el análisis de la perecibilidad de los productos se toma en cuenta a los 5 principales de exportación.

La cebolla cuenta con grado tres, es decir es un producto perecible, el fréjol cuenta con grados 2, 3, 4, 5; que significa: Poco perecible/Perecible/Muy perecible/Altamente perecible respectivamente.

El fréjol gandul cuenta con grados 2 y 3 que significa poco perecible y perecible siendo 5 el grado altamente perecible.

El aguacate y el tomate de árbol cuentan con un grado de perecibilidad 4 lo que significa es que son productos muy perecibles.

Y el quinto producto que es el café cuenta con un grado de perecibilidad 2 y 3 que significa Poco perecible/Perecible respectivamente.

#### **4.1.3.5 Problemas de exportación**

##### *Tabla 241*

##### *Problemas de exportación*

<b>PROBLEMA #1</b>	<b>CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS: FITOSANITARIOS Y LÍMITES DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS</b>
<b>PROBLEMA #2</b>	DIFICULTAD EN ALCANZAR LOS REQUISITOS DE CALIDAD/CANTIDAD DE LOS COMPRADORES
<b>PROBLEMA #3</b>	IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS Y COMPRADORES POTENCIALES / ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA EL COMERCIO
<b>PROBLEMA #4</b>	COSTOS ELEVADOS O RETRASOS CAUSADOS POR EL TRANSPORTE DOMÉSTICO

**Fuente: Investigación de campo**

Al realizar el proyecto de investigación se tomaron encuentra 5 factores sin embargo los encuestados mencionaron dos con el mismo nivel de importancia.

El problema #1 encontrado fue el cumplimiento de requisitos fitosanitarios y límites de residuos de plaguicidas, en Ecuador la institución que controla la calidad de los productos a exportar es AGROCALIDAD, ya que dependiendo del país al que se exporte existen ciertas certificaciones que deben tener los productos.

El problema #2 mencionado por los encuestados fue la dificultad en alcanzar los requisitos de calidad/cantidad de los compradores; es decir que los requisitos de los clientes en mercados extranjeros son estrictos ya que no aceptan productos que de mala calidad ya que queda mal tanto la empresa como el país exportador; además de eso para la exportación se necesita volumen.

El problema #3 encontrado fue identificación de mercados y compradores potenciales / acceso a financiamiento para el comercio. Las empresas con más trayectoria cuentan con los contactos externos y las alianzas estratégicas bien cimentadas, aun así no es segura la exportación e identificación de mercados potenciales ya que la economía de los países es variable. Además el acceso a financiamiento para adquirir maquinarias que contribuyan al volumen de producción, o la compra de más tierras para la producción hace que se deba recurrir a financiamiento el cual es complicado adquirir.

El problema #4 hallado fueron los costos elevados o retrasos causados por el transporte doméstico; el clima por temporadas es una de las circunstancias que afectan las carreteras de nuestro país, o las condiciones sociales; esto hace que los productos no lleguen a los puertos marítimos o aeropuertos en el tiempo óptimo.



#### 4.1.3.6 Capacidad de exportar

*Tabla 242*

*Capacidad de exportar*

<b>PRODUCTO</b>	<b>NUMERO DE EMPRESAS / PERSONAS</b>
Frejol	13
Maíz	8
Papa	3
Tomate de riñón	2
Vainita	2
Pepinillo	3
Pimiento	3
Morochillo	2
Zanahoria amarilla	1
Zanahoria blanca	1
Hortalizas	5
Frejol Toa	6
Ají	4
Lechuga	3
Camote	2
Cebada	2
Habas	3
Alverja	8
Paiteña	2
Trigo	3
Zambo	2
Zapallo	2
Mandarina	3
Aguacate	6
Chirimoya	1
Limón	3
Naranja	4
Guayaba	1
Tomate de árbol	6
Lima	1
abaco	2
Mora	2

CONTINÚA



<b>Caña de azúcar</b>	2
<b>Naranja</b>	4
<b>Sábila</b>	1
<b>Café</b>	13
<b>Plátano</b>	17
<b>Yuca</b>	11

**Fuente: Investigación de campo**

La mayoría de los encuestados ya sean estas empresas o personas agroexportadoras, muestran con una frecuencia de 17, que les interesaría exportar en algún momento el plátano.

En segundo lugar se encuentran dos productos de interés de los agroexportadores con una frecuencia de 13 que son el fréjol y el café.

De los encuestados ya sean empresas y personas agroexportadoras con una frecuencia de 8, mencionaron que en algún momento los productos de interés de exportación son: alverja y maíz.

#### **4.1.4 Variables que inciden en la actividad comercial**

##### **4.1.4.1 Producto**

En la variable producto se tomó en cuenta a aquellos que producen mayor ingreso a las empresas o personas agroexportadoras, el producto de mayor rotación en los encuestados es el fréjol, la zona nor-central de la provincia de Pichincha tiene una producción de 1542 costales sin embargo hay que aumentar la producción en caso de enlazarse a otra empresa.

La mayoría de encuestados con un 71,4% mencionaron que el abastecimiento actual de sus productos no es suficiente creando oportunidades a la mancomunidad ya que una

vez que se realice un acercamiento profundo con las empresas se puede llegar a negociaciones futuras.

Otro de los puntos tratados fue el grado de perecibilidad de los productos de exportación ya que si se desea empezar a exportar y aun no se cuenta con los mecanismos necesarios para conservar un producto sin que adquiera daños, primero hay que recurrir a los que no necesiten cadenas de frío. La perecibilidad se midió en grados del 1 al 5 siendo este el grado altamente perecible. Los resultados que generaron los encuestados es que la exportación de productos es mejor una vez que hayan sido transformados.

La calidad fue uno de los temas tratados dentro de la variable producto, tanto en términos generales como lo son las certificaciones que tienen las empresas y en sus productos; las dos certificaciones principales que poseen las empresas son: Buenas Prácticas Agrícolas y GLOBALGAP. Las certificaciones dependen del país y del cliente externo. También se trató la calidad del producto en términos específicos que fueron: Tamaño, grado de maduración y daños físicos.

Para el abastecimiento de productos en las empresas y personas encuestadas las formas que ocuparon el primer lugar con un 43% fueron la producción propia y la producción directa ya que se incurre en menos costos, ya sean de transporte, de manipulación además porque se controla al producto desde el inicio de la producción, mientras menos participantes existan en la cadena hay beneficios en el precio final.

#### **4.1.4.2 Capacitación**

La capacitación no era de relevancia para los encuestados ya que 15 de ellos eran personas naturales y la calidad la manejaban entes externos a ellos sin embargo entre los que realizaban están el 74,3% que si realiza capacitaciones. La empresa como tal es la que más invierte en capacitaciones ya que debe mantenerse actualizada en términos comerciales de exportación. El estado interviene en un término regular.

#### **4.1.4.3 Innovación, Tecnología y Desarrollo**

El contar con el equipamiento necesario para la transformación de productos debería ser primordial para que haya un cambio en la matriz productiva al usar los insumos ecuatorianos para la elaboración de productos con valor agregado sin embargo el 65,7% de los encuestados no cuenta con el equipamiento necesario.

En términos de tecnología la utilización de TIC's influyen en gran medida en las relaciones comerciales tanto nacionales como internacionales al permitir nuevos modelos de negocio o transacciones.

La zona nor-central de la provincia de Pichincha debe visualizar a futuro la utilización de tecnologías de información ya que la mayoría de personas encuestadas con un 97,1% consideran que la tecnología la innovación y desarrollo son elementos esenciales para las relaciones comerciales nacionales e internacionales.

#### **4.1.4.4 Estrategias**

Las estrategias que se tomaron en cuenta para el proyecto de investigación fueron dos de las estrategias genéricas costos y diferenciación ya que se tomó como base la encuesta del foro económico mundial. El 60% de los encuestados mencionaron que la ventaja competitiva de sus exportaciones se basa en costos; y la explicación está en que la forma de abastecerse de sus productos es de forma directa o por producción propia y esto reduce los costos en el precio final logrando exportar un producto a precio competitivo.

Apenas el 40% de los encuestados mencionaron que exportan un producto en el que su ventaja competitiva se base en tener productos diferenciados es decir que tienen características y atributos exclusivos y uno de ellos puede ser la transformación.

#### **4.1.4.5 Alianzas Estratégicas**

El 77,1% de los encuestados cuentan con alianzas estratégicas, estas alianzas estratégicas son en su mayoría internacionales lo que puede representar una desventaja para la mancomunidad sin embargo en la actualidad existe la facilidad de conformación de asociaciones que se pueden registrar en el MAGAP, y posteriormente aliarse entre otras que si cuentan con los contactos afuera del país. Otra entidad que contribuye con los contactos es PROECUADOR. El 94,3% de los encuestados consideran que este es un tema de vital importancia ya que influye en la competitividad nacional e internacional.

#### **4.1.4.6 Encadenamientos Productivos**

El 94,3% consideran en su actividad que los encadenamientos y clústers (grupo de empresas con una misma actividad), son una estrategia para fortalecer a las micro y pequeñas empresas. Además, otra pregunta que representa una oportunidad para la zona norcentral de la provincia de Pichincha es que el 94,3% de los encuestados están en capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a los pequeños productores de mancomunidades una vez que cumplan con los términos comerciales que oferten.

#### **4.1.4.7 Comercio Internacional e inversión**

Los factores que crean problemas en la exportación son:

- Problema #1: Cumplimiento de requisitos: fitosanitarios y límites de residuos de plaguicidas
- Problema #2: Dificultad en alcanzar los requisitos de calidad/cantidad de los compradores
- Problema #3: Identificación de mercados y compradores potenciales / Acceso a financiamiento para el comercio
- Problema #4: Costos elevados o retrasos causados por el transporte doméstico

Otro resultado generado es que los Incoterms más utilizados son el FOB y CIF ya que al vender en opción FOB todos los cargos operativos corren por cuenta del

comprador. Por otro lado en términos CIF el comprador tiene la ventaja de controlar una parte importante de los costes como son el transporte y el seguro.

Por otro lado el 45,7% de las empresas y personas encuestadas mencionaron que no es tan difícil obtener financiamiento para comercializar a un precio asequible.

De los productos que oferta la zona norcentral de la provincia de pichincha los encuestados escogieron los que estarían dispuestos a exportar en algún momento y estos son:

- El plátano
- Fréjol
- El café
- Alverja
- Maíz

Y en basado en las cantidades de producción significativas los productos que tienen oportunidad son el fréjol y el maíz.

#### 4.1.5 Productos principales de la zona nor-central de la provincia de Pichincha

*Tabla 243*

*Producción de cultivos permanentes*

<b>Cultivos permanentes</b>	<b>Cantidades</b>	
<b>Mandarina</b>	1185	gavetas
<b>Aguacate</b>	7964	costales
<b>Chirimoya</b>	2823	gavetas
<b>Limón</b>	5005	costales
<b>Naranja</b>	55	costales
<b>Guayaba</b>	2852	cajas
<b>Tomate de árbol</b>	2988	costales
<b>Lima</b>	62	costales
<b>Babaco</b>	3290	unidades
<b>Mora</b>	2	canastos
<b>Caña de azúcar</b>	1915	cargas de panela
<b>Naranjilla</b>	304	costales
<b>Sábila</b>	250	gavetas
<b>Café</b>	21	quintales
<b>Plátano</b>	275	cabezas
<b>Yuca</b>	127	costales

**Fuente: (Calderón & Proaño, 2015)**

**Tabla 244****Producción de cultivos transitorios – ciclo corto**

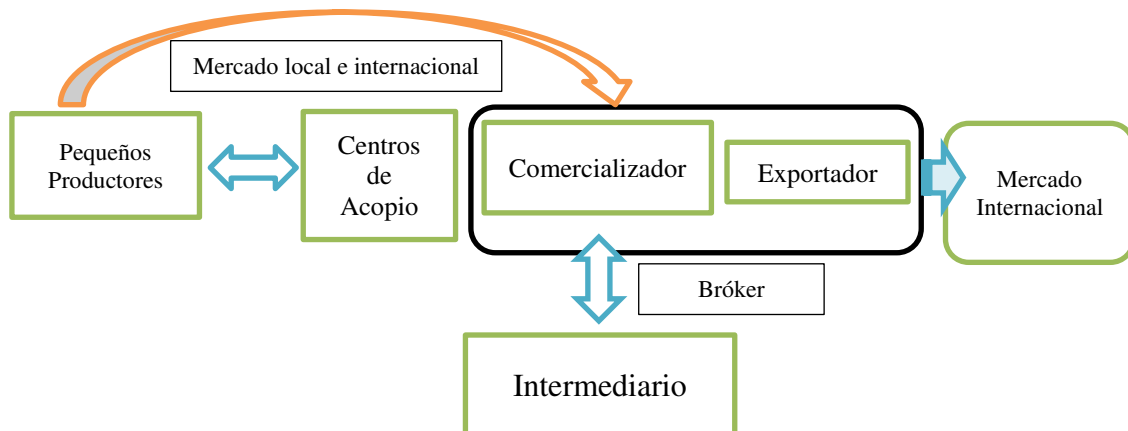
<b>Cultivos transitorios</b>	<b>Cantidades</b>	
<b>Frejol</b>	1542	costales
<b>Maiz</b>	1544	costales
<b>Papa</b>	2193	costales
<b>Tomate De Riñon</b>	1660	cajas
<b>Vainita</b>	520	cajas
<b>Pepinillo</b>	3100	cajas
<b>Pimiento</b>	548	costales
<b>Morochillo</b>	750	costales
<b>Zanahoria Amarilla</b>	80	costales
<b>Zanahoria Blanca</b>	3545	costales
<b>Hortalizas</b>	500	costales
<b>Frejol Toa</b>	995	costales
<b>Aji</b>	564	costales
<b>Lechugas</b>	5200	unidades
<b>Camote</b>	506	costales
<b>Cebada</b>	15	costales
<b>Habas</b>	138	costales
<b>Alverja</b>	227	costales
<b>Cebolla Paiteña</b>	300	costales
<b>Trigo</b>	15	costales
<b>Zambo</b>	228	costales
<b>Zapallo</b>	793	costales

**Fuente: (Calderón & Proaño, 2015)**



## Capítulo V: Propuesta

### 5.1 Descripción de los canales de distribución



**Figura 243 Canales de Distribución**

**Fuente: Elaboración propia**

Los productos de los pequeños productores de la zona norcentral de la provincia de Pichincha se comercializan en estado natural excepto por el vino de mandarina. Sin embargo como se observa en la imagen se puede vender al centro de acopio, lamentablemente solo hay un centro de acopio y es para lácteos no para productos hortícolas/frutícolas.

Al no haber la presencia de los centros de acopio el pequeño productor recurre al intermediario y aunque no se debe satanizarlo como aquel que se lleva gran parte de la ganancia, es aquel que tiene el contacto con las empresas del mercado local, en otras ocasiones se transforma en exportador, pero es mínima su participación en la exportación.

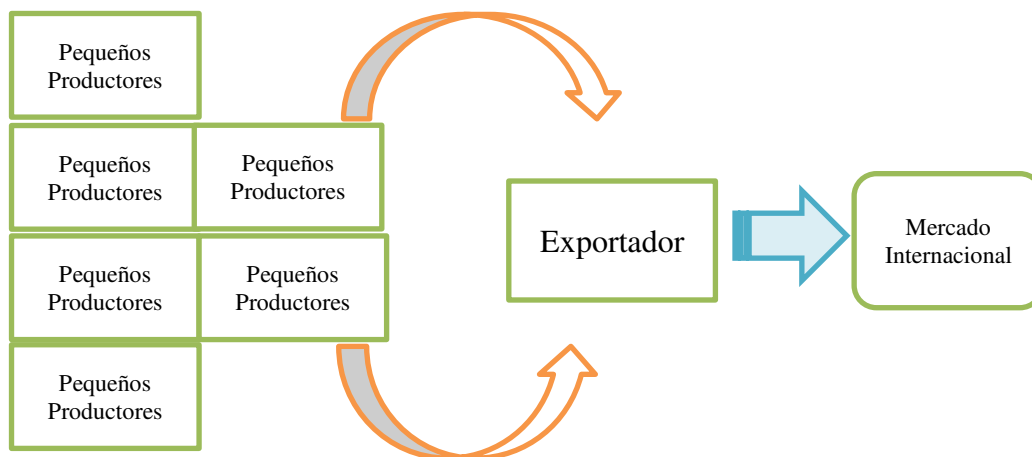
El pequeño productor recurre al intermediario ya que se ha probado que los centros de acopio a ellos les han fallado ya que no se tiene la venta que ellos esperan y los productos tienen a dañarse por su perecibilidad. Es ahí donde aparece el intermediario

con la compra y pago en efectivo. Beneficiándole al productor quien lo único que espera es el redito económico por la producción.

En último lugar se encuentran las empresas agroexportadoras quienes en base a la investigación tienen productores directos ya sean estos los intermediarios; y también cuentan con la producción propia y no recurren a pequeños productores porque ellos cuentan con su propia producción.

Si el pequeño productores lograra establecer relaciones comerciales con los exportadores directamente, se saltaría toda la cadena para poder obtener ingresos representativos y más justos.

## 5.2 Mejora de los canales de distribución



**Figura 244 Mejora de los canales de Distribución**

**Fuente: Elaboración propia**

La presente propuesta establece la integración vertical hacia atrás de los agroexportadores, en base a los resultados de la investigación que se manifiesta que el abastecimiento de los productos de exportación es a través de productores directos.

Mientras menos participantes existan en la cadena, el precio final será competitivo ya que el pequeño productor ofertará su producto a un precio mucho más asequible que el de los intermediarios.

La integración vertical hacia adelante se mantiene igual ya que el agroexportador ya tiene el conocimiento del mercado externo, y este no fue parte del estudio.

El abastecimiento actual de los productos de exportación de los agroexportadores no es suficiente, esto genera oportunidad para los pequeños productores sin embargo esto significa que se debe producir a mayor volumen. La participación de un número considerable de pequeños productores es indispensable para el encadenamiento.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

- Las variables que inciden en la actividad comercial entre los agroexportadores y los pequeños productores son los productos en cuanto a calidad y cantidad, las capacitaciones; innovación, tecnología y desarrollo, estrategias, alianzas estratégicas, encadenamiento y comercio internacional e inversión.
- En relación al producto, el 30% de los encuestados ya sean empresas o personas agroexportadoras, establecieron que el fréjol es el que más les genera ingresos, la zona Nor-central de la provincia de Pichincha cuenta con una producción de 1542 costales de fréjol. Además en un 71,4% mencionaron que el abastecimiento de sus productos no es suficiente.
- En cuanto a las certificaciones, la más utilizada por los agroexportadores es la de Buenas Prácticas Agrícolas - BPA con un 37,1%, esta certificación se exige en el Ecuador ya que en los últimos años se ha observado que el consumo de frutas y hortalizas frescas producidas sin Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) está

asociado con brotes de enfermedades gastrointestinales, hepáticas y en algunos casos con enfermedades crónicas.

- En cuanto a tecnología, innovación y desarrollo, el 97,1% de los encuestados consideran son elementos esenciales para las relaciones comerciales nacionales e internacionales al igual que la utilización de TIC's para las transacciones y para la generación de nuevos modelos de negocio. De los encuestados los resultados de productos transformados fueron tres que son la harina de plátano, el concentrado de maracuyá y los agroquímicos.
- La ventaja competitiva del 60% de las empresas y personas encuestadas está basada en los costos, al proveerse de los productos por la producción propia o con productores directos.
- En términos de alianzas estratégicas, los resultados fueron que el 77,1% de los encuestados cuentan con alianzas estratégicas, y estas en su mayoría son internacionales.
- En canto a encadenamientos productivos, el 94,3% de los encuestados están en capacidad de enlazar al encadenamiento productivo a los pequeños productores de mancomunidades una vez que hayan cumplido con sus requerimientos.
- El principal problema en las exportaciones Ecuatorianas es el cumplimiento de requisitos: fitosanitarios y límites de residuos de plaguicidas ya que las plantaciones se encuentran en riesgo constante de contraer plagas si no reciben el cuidado adecuado. Desafortunadamente países como Estados Unidos exigen límites en el residuo de plaguicidas produciendo una contrariedad y demora en la eliminación de plagas.

- De los productos que oferta la zona norcentral de la provincia de Pichincha los encuestados manifestaron que estarían dispuestos a exportar en algún momento productos como el plátano, el fréjol, el café, tomate de árbol y maíz

### **Recomendaciones**

- Socializar estas variables con los GAD's parroquiales a fin de que conozcan los hallazgos que se encontraron en cada una de ellas para que los pequeños productores se enlacen a la cadena productiva de forma directa ya sea a través de agroexportadores o con la conformación de asociaciones.
- Realizar el acercamiento con tres empresas agroexportadoras de fréjol, y también con los pequeños productores de la zona Nor-central de la provincia de Pichincha para establecer cuales son aquellos que se pueden comprometer con su producción en calidad y volumen.
- Fomentar una cultura de capacitación a los pequeños productores de la zona norcentral de la provincia de Pichincha sobre el tema de la certificación BPA – Buenas Prácticas Agrícolas , ya que se exigen situaciones como el uso de abonos orgánicos, uso de agua corriente, uso de aditivo alimentario, análisis de riesgo de plagas, calidad sanitaria entre otros. Los entes ejecutores son las instituciones como AGROCALIDAD que ya está trabajando con ellos en temas de mosca de la fruta.
- Las empresas con innovación pueden crecer, aunque sean consideradas Pymes, se recomienda que la zona realice contacto con el MAGAP, en cuanto a los planes de semillas de alto rendimiento.

- Se recomienda que los pequeños productores comparen su precio de venta con el costo del exportador ya que el precio de venta debe ser menor o igual que el costo para que el agroexportador establezca el encadenamiento vertical hacia atrás.
- Acudir a entidades del estado como lo es PROECUADOR, para que se realice el conocimiento del mercado externo a través de representantes por cada parroquia.
- Se recomienda realizar un acercamiento con los 5 agroexportadores más importantes que deseen enlazar al encadenamiento productivo a pequeños productores.
- Se recomienda que la zona Nor- central de la provincia de Pichincha colabore totalmente con la entidad que les está capacitando e inclusive ejecutando con el proyecto de fumigación que es AGROCALIDAD, ubicando trampas para medir la presencia de mosca de la fruta.
- La zona debe mejorar la producción de maíz y frejol que son los que tienen mayor posibilidad de exportación ya sea con el aumento de producción recurriendo a mano de obra legalizada que haga productivo el comercio.

## Referencias

- Agencia Pública de noticias del Ecuador y de Sura. (13 de 05 de 2015). *Gobierno ecuatoriano crea BanEcuador en reemplazo del Banco Nacional de Fomento*. Obtenido de /noticias/gobierno-ecuatoriano-crea-banecuador-reemplazo-banco-nacional-fomento.html: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/gobierno-ecuatoriano-crea-banecuador-reemplazo-banco-nacional-fomento.html>
- AGROCALIDAD. (17 de 12 de 2009). *Resolución 108*. Obtenido de /agrocalidad/images/pdfs/InocuidadAlimentaria/RESOLUCION\_108\_AGRICOLA.pdf: [http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/pdfs/InocuidadAlimentaria/RESOLUCION\\_108\\_AGRICOLA.pdf](http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/pdfs/InocuidadAlimentaria/RESOLUCION_108_AGRICOLA.pdf)
- ARCSA. (2015). *Certificado de Buenas Prácticas para Alimentos Procesados*. Obtenido de /certificado-de-buenas-practicas-para-alimentos/: <http://www.controlsanitario.gob.ec/certificado-de-buenas-practicas-para-alimentos/>
- Area de Pymes. (2010). *Area de Pymes*. Obtenido de /?tit=ddp-delivered-duty-paid-entregado-derechos-pagados-lugar-de-destino-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcal: <http://www.areadepymes.com/?tit=ddp-delivered-duty-paid-entregado-derechos-pagados-lugar-de-destino-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcal>
- Asociación de Exportadores de banano - Ecuador. (2015). Obtenido de /data/files/PDF\_2015/1erSemestre/Boletin\_Inf\_Marzo2015.pdf: [http://www.aebe.com.ec/data/files/PDF\\_2015/1erSemestre/Boletin\\_Inf\\_Marzo2015.pdf](http://www.aebe.com.ec/data/files/PDF_2015/1erSemestre/Boletin_Inf_Marzo2015.pdf)
- Avalos Rocca, F. (2009). FACTORES DETERMINANTES. *Escuela de Postgrado UPC – Área de Investigaciones*, 9-11.
- Banco Central. (09 de 07 de 2013). *Estadísticas Macroeconómicas - Presentación Estructural 2013*. Obtenido de

/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacroEstruc2013.pdf:

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacroEstruc2013.pdf>

Banco Central. (2014). Obtenido de [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec): [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec)

Banco Central. (13 de 05 de 2015). *Publicaciones*. Obtenido de

/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10anios.pdf:

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10anios.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2015). *Deuda Externa*. Obtenido de

/index.php/component/k2/item/351-deuda-externa:

<http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/351-deuda-externa>

Banco Central del Ecuador. (2015). *Preguntas Frecuentes* . Obtenido de

/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-

ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>

Banco Nacional de Fomento. (2015). *Banco Nacional de Fomento - Crédito Productivo*.

Obtenido de

/index.php?option=com\_content&view=article&id=370&Itemid=314&lang=es:

[https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=370&Itemid=314&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=370&Itemid=314&lang=es)

BASC. (2015). *La Norma BASC*. Obtenido de /espanol/normas.htm:

<http://www.wbasco.org/espanol/normas.htm>

BCS Ecuador. (2015). *BCS Ecuador*. Obtenido de [http://www.bcsecuador.com/bcs-](http://www.bcsecuador.com/bcs-ecuador)

<http://www.bcsecuador.com/bcs-ecuador>

BSI. (2015). *Sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo OHSAS 18001*.

Obtenido de Seguridad-y-Salud-en-el-Trabajo-OHSAS-18001/:

<http://www.bsigroup.com/es-ES/Seguridad-y-Salud-en-el-Trabajo-OHSAS-18001/>



- Businesscol. (2015). *Businesscol*. Obtenido de /comex/incoterms.htm:  
<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Calderón, L., & Proaño, J. (2015). *INICIATIVAS EMPRESARIALES DE LAS PYMES Y START UPS EN EL DESARROLLO RURAL DE LAS PARROQUIAS CENTRO NORTE DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA* . Quito.
- Callen, T. (2008). *Finanzas y desarrollo: publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial*. Obtenido de  
external/pubs/ft/fandd/spa/2008/12/pdf/basics.pdf:  
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2008/12/pdf/basics.pdf>
- Campoy Aranda, T., & Gómez Araujo, E. (16 de 06 de 2009). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Obtenido de wp-content/uploads/2011/10/T\_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf: [http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/uploads/2011/10/T\\_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf](http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/uploads/2011/10/T_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf)
- Código Orgánico de la Producción. (2010). *Codigo Orgánico de la Producción*. Obtenido de /wp-content/uploads/2013/07/codigoproduccion.pdf:  
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/codigoproduccion.pdf>
- Comercio y Aduanas. (2015). *Comercio y Aduana*. Obtenido de /incoterms/incoterm/125-que-es-incoterm-dap:  
<http://www.comercioyaduanas.com.mx>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de  
web/images/lotaip/2015/literal\_a/base\_legal/A.\_Constitucion\_republica\_ecuador\_2008constitucion.pdf:  
[http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008constitucion.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf)
- Corporación Financiera Nacional. (2015). *Corporación Financiera Nacional - Financiamiento Estratégico*. Obtenido de

/index.php?option=com\_content&view=article&id=48:financiamiento-estrategico&catid=56:productos-y-servicios:

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48:financiamiento-estrategico&catid=56:productos-y-servicios](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=48:financiamiento-estrategico&catid=56:productos-y-servicios)

Cruz, I. (1999). *Canales de Comercialización*. Madrid: Prentice Hall.

Datos Macro. (2014). *Ecuador - Índice de Competitividad Global*. Obtenido de /estado/indice-competitividad-global/ecuador:

<http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador>

Definición ABC. (2015). *Definición de Sueldo Básico*. Obtenido de /general/sueldo-basico.php: <http://www.definicionabc.com/general/sueldo-basico.php>

Diario El Comercio. (10 de 12 de 2012). Tras la dolarización, salarios crecieron al 12% anual. *El Comercio*.

DNV Business Assurance. (2015). *Seguridad en Alimentos*. Obtenido de Alimentos-Bebidas/Seguridad-en-Alimentos/Pages/BRC-Estandar-Mundial-para-Seguridad-en-Alimentos.aspx: <http://www.dnvba.com/mx/Alimentos-Bebidas/Seguridad-en-Alimentos/Pages/BRC-Estandar-Mundial-para-Seguridad-en-Alimentos.aspx>

Doupovec , M. (07 de 2010). *TIPOS DE INVESTIGACION Y DISEÑO DE INVESTIGACION*. Obtenido de p/operacionalizacion-de-variables.html: <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>

Estrada, A. E. (27 de 04 de 2015). *science/article/pii/S0123592314001107*. Obtenido de Science Direct:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001107>

EUMED. (2015). *Diccionario de economía política*. Obtenido de /cursecon/dic/bzm/s/salarior.htm:

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/s/salarior.htm>

EUMED. (2015). *Términos Comerciales Internacionales*. Obtenido de

/cursecon/dic/incoterms.htm: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/incoterms.htm>

Fajardo, M. (2014). *TASAS DE INTERÉS ACTIVAS*. Obtenido de

/files/PDF/TransparenciaInformacion/Operaciones\_Credito2014.pdf:

[https://www.bancodelpacifico.com/files/PDF/TransparenciaInformacion/Operaciones\\_Credito2014.pdf](https://www.bancodelpacifico.com/files/PDF/TransparenciaInformacion/Operaciones_Credito2014.pdf)

Fernandez, C., Baptista, P., & Hernández Sampieri, R. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: Graw-Hill.

Firetrade International. (2015). *Certificación Firetrade*. Obtenido de certifying-fairtrade.html?&L=1: <http://www.fairtrade.net/certifying-fairtrade.html?&L=1>

Food and Agriculture Organization of the USA. (2015). *Depósito de documentos de la FAO*. Obtenido de /docrep/007/ad818s/ad818s07.htm:

<http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s07.htm>

GESTIÓPOLIS. (19 de 08 de 2002). *¿Qué es desempleo, qué lo causa, qué tipos hay, cómo se mide?* Obtenido de /que-es-desempleo-que-lo-causa-que-tipos-hay-como-se-mide/: <http://www.gestiopolis.com/que-es-desempleo-que-lo-causa-que-tipos-hay-como-se-mide/>

GLOBALGAP. (2015). *GLOBALGAP para frutas y hortalizas*. Obtenido de /es/for-producers/crops/FV/: <http://www.globalgap.org/es/for-producers/crops/FV/>

Hernández Contreras, F. (08 de 08 de 2014). */libros-gratis/2014/1394/index.htm*.

Obtenido de Biblioteca Virtual Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/index.htm>

Herramientas para sistemas de calidad. (2015). *Iso 9001*. Obtenido de que-es-iso-9000.html: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>

Herrera, M. (01 de 07 de 2015). *Banco Nacional de Fomento*. Obtenido de /index.php?option=com\_content&view=article&id=53%3Aatasas-del-banco-central&catid=20%3Atransparencia-de-informacion&Itemid=90&lang=es: /index.php?option=com\_content&view=article&id=53%3Aatasas-del-banco-central&catid=20%3Atransparencia-de-informacion&Itemid=90&lang=es

Hurtado, E. &. (27 de 04 de 2015). *science/article/pii/S0123592314001326*. Obtenido de Science Direct:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001326>

- Instituto de Economía Popular y Solidaria. (2015). *Instituto de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de la-institucion/: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/la-institucion/>
- Intertek. (2015). *Sistema de Certificación en Seguridad Alimentaria FSSC 22000*. Obtenido de /alimentos/auditoria/fssc-22000/: <http://www.intertek.es/alimentos/auditoria/fssc-22000/>
- JP Morgan. (2015). *Ambito*. Obtenido de /economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5&desde=01/01/2005&hasta=05/08/2015&pag=2: <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5&desde=01/01/2005&hasta=05/08/2015&pag=2>
- Larraín B., F., & Sach, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires: Pearson Education.
- Larrea, C., Larrea, A., & Rodríguez, D. (13 de 05 de 2015). *Unidad de Investigación Socio Ambiental - Universidad Andina Simón Bo*. Obtenido de /uisa/images/publicaciones/2007\_larrea\_empleoec.pdf: [http://www.campusvirtual.uasb.edu.ec/uisa/images/publicaciones/2007\\_larrea\\_empleoec.pdf](http://www.campusvirtual.uasb.edu.ec/uisa/images/publicaciones/2007_larrea_empleoec.pdf)
- MATAF. (03 de 09 de 2015). *CAMBIO DÓLAR*. Obtenido de /es/cambio/divisas-USD-PEN: <https://www.mataf.net/es/cambio/divisas-USD-PEN>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de /acuerdos-comerciales-3/: <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales-3/>
- Ministerio de Trabajo. (2015). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de /12/ACTIVIDADES-TIPO-SERVICIOS.xlsx: [www.trabajo.gob.ec/wp.../12/ACTIVIDADES-TIPO-SERVICIOS.xlsx](http://www.trabajo.gob.ec/wp.../12/ACTIVIDADES-TIPO-SERVICIOS.xlsx)
- Organización Mundial de Comercio - OMC. (2015). *Ecuador y la OMC*. Obtenido de english/thewto\_e/countries\_e/ecuador\_e.htm: [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/ecuador\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/ecuador_e.htm)

- Perego, L. H. (2003). *cursecon/libreria/lhp/2b.htm*. Obtenido de Biblioteca Virtual Eumed: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/lhp/index.htm>
- Perucho, G. d. (Agosto de 2012). *sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1768118620001/PDyOT/14022013\_170917\_PLAN%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20DE%20PERUCHO%20JA.pdf*. Obtenido de PLAN PARTICIPATIVO DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA DE PERUCHO: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1768118620001/PDyOT/14022013\\_170917\\_PLAN%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20DE%20PERUCHO%20JA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1768118620001/PDyOT/14022013_170917_PLAN%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20DE%20PERUCHO%20JA.pdf)
- PRIMUSLAB. (2015). *Certificacioenes*. Obtenido de [spanish/services/mexcalidadsuprema.aspx](http://www.primuslabs.com/spanish/services/mexcalidadsuprema.aspx): <http://www.primuslabs.com/spanish/services/mexcalidadsuprema.aspx>
- PROECUADOR. (04 de 03 de 2013). *Instituto de Promción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de [/glossary/balanza-comercial/](http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/): <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- PROECUADOR. (10 de 2014). *Boletín Diciembre*. Obtenido de [wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf): <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Rojas, P., Romero, S., & Sepúlveda, S. (2000). Algunos Ejemplos de cómo medir la Competitividad. *IICA*, 10.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de Investigación*. México: PRENTICE HALL.
- SCS Global Services. (2015). *Certificación Orgánica - Programa Nacional Orgánico USDA*. Obtenido de [/es/certificacion-organica](http://www.scsglobalservices.com/es/certificacion-organica): <http://www.scsglobalservices.com/es/certificacion-organica>
- Sello Verde. (2015). *Sello Verde*. Obtenido de [/index.php/nosotros.html](http://www.selloverde.tv/index.php/nosotros.html): <http://www.selloverde.tv/index.php/nosotros.html>

- Senplades. (2012). *Matriz Productiva*. Obtenido de wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\_productiva\_WEBtodo.pdf:  
<http://www.planificacion.gob.ec/>
- Senplades. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de /wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\_productiva\_WEBtodo.pdf:  
<http://www.planificacion.gob.ec/>
- Senplades. (26 de 07 de 2013). *Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de /documents/10157/30ec11bb-eed0-438c-b0d1-36246c366b76:  
<http://www.buenvivir.gob.ec/documents/10157/30ec11bb-eed0-438c-b0d1-36246c366b76>
- Símbolo de Pequeños Productores. (2015). *Símbolo de Pequeños Productores*. Obtenido de <http://www.spp.coop/home/es/>: <http://www.spp.coop/home/es/>
- Sistema de Información Nacional de Agricultura, G. A. (2015). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de credito-banco-nacional-del-fomento-bnf-2/provincial-producto/ano-2015-p/file/4908-arroz-maiz-anos-2007-2015: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/credito-banco-nacional-del-fomento-bnf-2/provincial-producto/ano-2015-p/file/4908-arroz-maiz-anos-2007-2015>
- Terán, G. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas : Instituto Pedagógico de Caracas .
- The money converter. (02 de 09 de 2015). *Cambio de Dólar americano a Peso colombiano | USD a COP*. Obtenido de /ES/USD/COP.aspx:  
<http://themoneyconverter.com/ES/USD/COP.aspx>
- Universidad de los Hemisferios. (2013). *PIB - Valor Agregado Bruto por Industria*. Obtenido de /index.php/70-estadisticas/empresas-sectores/382-pib-agregado-por-industria: <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/70-estadisticas/empresas-sectores/382-pib-agregado-por-industria>
- Valdez, L. R. (2007). *Comunidades Productivas: Asociatividad y Producción en el Territorio*. Edición electrónica gratuita. Obtenido de Biblioteca Virtual Eumed.

Valerazo, G. R., & Torres, V. H. (2004). *El Desarrollo Local en el Ecuador: Historias, Actores y Métodos*. Quito: Abya-Yala.

Villena, N. P. (18 de 02 de 2015). *cursecon/ecolat/ec/2015/matriz-productiva.html*.

Obtenido de Biblioteca Virtual Eumed:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/matriz-productiva.html>