



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

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y  
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**TEMA: ESTUDIO DEL CONSUMO NACIONAL DE FRUTAS  
DESHIDRATADAS IMPORTADAS EN EL ECUADOR**

**AUTOR: ROSERO VELÁSQUEZ, FERNANDA PILAR**

**DIRECTOR: ING. QUINTANA, ARMANDO  
CODIRECTOR: ING. OJEDA, JORGE**

**QUITO, JULIO 2015**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**  
**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y**  
**NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

Ing. Quintana, Armando MBA  
**DIRECTOR**

Ing. Ojeda, Jorge MBA  
**CODIRECTOR**

**CERTIFICADO**

Certifican que el trabajo titulado “ESTUDIO DEL CONSUMO NACIONAL DE FRUTAS DESHIDRATADAS IMPORTADAS EN EL ECUADOR”, realizado por Fernanda Pilar Rosero Velásquez ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto con los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a Fernanda Pilar Rosero Velásquez que lo entreguen al Ing. Fabián Guayasamín en su calidad de Director de la Carrera

Quito, julio del 2015.



---

Ing. Quintana, Armando MBA  
**DIRECTOR**



---

Ing. Ojeda, Jorge MBA  
**CODIRECTOR**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**  
**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y**  
**NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

**ROSERO VELÁSQUEZ FERNANDA PILAR**


Declaro que:

El trabajo de grado denominado “ESTUDIO DEL CONSUMO NACIONAL DE FRUTAS DESHIDRATADAS IMPORTADAS EN EL ECUADOR”, Ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme citas que constan al final del trabajo, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecutivamente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de grado en mención.

Quito, Julio del 2015.



---

Fernanda Pilar Rosero Velásquez

**Autora**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**  
**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y**  
**NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**  
**AUTORIZACIÓN**

Yo, Rosero Velásquez Fernanda Pilar

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE la publicación, en el repositorio digital de la institución del trabajo titulado “ESTUDIO DEL CONSUMO NACIONAL DE FRUTAS DESHIDRATADAS IMPORTADAS EN EL ECUADOR”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Julio del 2015.



---

Fernanda Pilar Rosero Velásquez

**Autora**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto está dedicado a mis padres, quienes se han preocupado por mi educación y han sido un gran apoyo en esta etapa de mi vida, también dedico a Dios porque me brindo la fortaleza necesaria en cada momento.

A mi abuelita Pilar, a quien quise como a una madre por ser la persona que estaba dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento, lamentablemente hoy físicamente ya no se encuentra conmigo, pero sé que siempre me acompaña cuando la necesito, realmente te extraño mucho mamita pilita.

Fernanda Rosero Velásquez

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por guiarme en todo momento y ser mi fortaleza siempre, a mis padres quienes me han apoyado en mi formación académica, especialmente a mi padre que se esfuerza por darme a mí y a mis hermanas una buena educación y todo lo necesario.

A mi Director y Codirector porque han sabido brindarme sus conocimientos y sabios consejos para culminar el presente trabajo, de forma especial expreso mi sincero agradecimiento al Ing. Jorge Ojeda por su apoyo, paciencia y tiempo brindado.

Finalmente pero no menos importante quiero agradecer a toda mi familia y amigos que de una u otra manera siempre han estado ahí para ayudarme y apoyarme en todo momento, especialmente a Tania por brindarme su sincera amistad y ser un apoyo incondicional en mi vida.

Fernanda Rosero Velásquez.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO .....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vii
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO 1.....	1
MARCO TEORICO.....	1
1.1. MARCO TEORICO.....	1
1.1.1 CONSUMO NACIONAL DE FRUTAS DESHIDRATADAS.....	1
1.2 MARCO CONCEPTUAL .....	17
1.3 MARCO REFERENCIAL.....	19
CAPITULO 2.....	33
METODOLOGÍA.....	33
2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
2.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	33
2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	34
2.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	34
2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.4.1 JUSTIFICACIÓN METODOLOGICA .....	37
2.4.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	37
2.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....	37
2.6 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	38
2.6.1 Teoría de Base de datos Relacionales.....	39
2.6.2 Teoría de Base de Datos de cubos .....	41
2.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	44
2.8 PLAN DE TABULACIÓN.....	46
CAPÍTULO 3.....	49
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	49
3.1 OPERACIONES COMERCIALES DE IMPORTACIÓN .....	49

3.2 ESTUDIO DE DEMANDA FINAL .....	53
3.3 POSTER CIENTIFICO .....	66
CAPÍTULO 4.....	67
DISCUSIÓN .....	67
4.1 CONCLUSIONES .....	67
4.2 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	68
BIBLIOGRAFÍA .....	70



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Teoría del Empleo de la renta y de la demanda efectiva .....	2
Figura 2. Restricción Intertemporal .....	5
Figura 3. Preferencias del consumidor .....	5
Figura 4 . Combinación Óptima del Consumo .....	6
Figura 5. Diferencia entre MKT Operativo y el MKT Estratégico.....	8
Figura 6. Objetivos establecidos en el art 304 .....	14
Figura 7. Principales Ejes para el cambio del Ecuador .....	15
Figura 8. Frutas Deshidratadas.....	20
Figura 9. Proceso de Deshidratación.....	21
Figura 10. Características de la fruta seca.....	22
Figura 11. Beneficios de las frutas deshidratadas .....	23
Figura 12. Preparaciones con frutas deshidratadas .....	24
Figura 13. Manzana Deshidratada.....	25
Figura 14. Plátano Deshidratado .....	26
Figura 15. Piña Deshidratada .....	27
Figura 16. Kiwi Deshidratado .....	28
Figura 17. Clasificación Arancelaria.....	28
Figura 18. Sobretasas Arancelarias .....	32
Figura 19. Políticas asociadas al objetivo diez del Plan nacional del Buen Vivir. ....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabulación de las encuestas realizadas .....	46
Tabla 2 Importación por país de procedencia .....	49
Tabla 3 Importación por proveedor.....	50
Tabla 4 Importación por importador y país de origen.....	52
Tabla 5 Precio unitario por Kilo de producto.....	52
Tabla 6 Consumo de frutas deshidratadas.....	53
Tabla 7 Consumo de frutas deshidratadas por las diferentes Ocupaciones del consumidor.....	53
Tabla 8 Validación de hipótesis del consumo en función de la ocupación de la persona. ....	54
Tabla 9 Preferencia de sabores de frutas deshidratadas de acuerdo a la ocupación.	54
Tabla 10 Validación de hipótesis de la preferencia de sabor en función de la ocupación de la persona. ....	55
Tabla 11 Preferencia de marca de acuerdo a la ocupación del consumidor.....	55
Tabla 12 Validación de hipótesis de preferencia de marca en función de la ocupación de la persona. ....	56
Tabla 13 Frecuencia de compra de acuerdo a la ocupación.....	56
Tabla 14 Validación de hipótesis de frecuencia de compra en relación de la ocupación de la persona. ....	57
Tabla 15 Cantidad de compra de acuerdo a la ocupación (funda pequeña).....	57
Tabla 16 Validación de hipótesis de cantidad de compra de fundas pequeñas dependiendo de la ocupación. ....	57
Tabla 17 Cantidad de compra de acuerdo a la ocupación (funda mediana).....	58
Tabla 18 Validación de hipótesis de cantidad de compra de fundas medianas dependiendo de la ocupación. ....	58
Tabla 19 Cantidad de compra de acuerdo a la ocupación (frasco) .....	58
Tabla 20 Validación de hipótesis de cantidad de compra frascos dependiendo de la ocupación. ....	59
Tabla 21 Motivos por los cuales consume frutas deshidratadas .....	59

Tabla 22 Validación de hipótesis de motivo de consumo en función de la ocupación. ....	60
Tabla 23 Selección del producto de acuerdo a su presentación según la ocupación del consumidor. ....	60
Tabla 24 Validación de hipótesis de preferencia de presentación del producto en función de la ocupación. ....	61
Tabla 25 Motivos por los cuales no consumen frutas deshidratadas .....	61
Tabla 26 Validación de hipótesis de los motivos de no consumo en función de la ocupación .....	62
Tabla 27 Disponibilidad de consumo de manzana deshidratada .....	62
Tabla 28 Validación de hipótesis de consumo de manzana deshidratada en función de la ocupación .....	63
Tabla 29 Disponibilidad consumo kiwi deshidratado .....	63
Tabla 30 Validación de hipótesis de disponibilidad de consumo de kiwi deshidratada en función de la ocupación .....	64
Tabla 31 Disponibilidad de consume de mezcla de frutas deshidratadas .....	64
Tabla 32 Validación de hipótesis de disponibilidad de consumo de mezcla de frutas deshidratadas en función de la ocupación.....	65

## **RESUMEN**

La presente investigación pretende conocer si existe un consumo significativo de frutas deshidratadas importadas en el Ecuador, las frutas deshidratadas son aquellas que pasan por un proceso de deshidratación artesanal o tecnológico para extraer todo los líquidos que la fruta pose, a diferencia de una fruta en su estado normal, las frutas secas aportan altos contenidos de fibra al organismo y su consumo brinda muchos beneficios para la salud. Mediante la utilización de un diseño descriptivo plasmado en la aplicación de encuestas que perfilan las características psicográficas en cuanto al interés de las personas que consumen frutas deshidratadas, considerando la teoría keynesiana y la presunción de Friedman; en la cual Keynes señala que el consumo aumenta a medida que el ingreso crece y Friedman indica lo contrario; el consumo no va en función del ingreso. Se realizó el análisis de la información obtenida de la población objeto de estudio y a través de bases de datos se identificó que los mayores proveedores de frutas deshidratadas son Alemania y Estados Unidos. También se pudo identificar los motivos por los cuales las personas consumen frutas deshidratadas, cuales es su sabor predilecto, la cantidad y frecuencia de compra del producto. Para la investigación se consideró tres perfiles de consumidores y se pudo identificar cual perfil de consumidor es el que demanda más las frutas deshidratadas. Con el análisis de la información obtenida se propuso diferentes líneas de investigación que pueden ser realizadas a futuro.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **FRUTAS DESHIDRATADAS**
- **PROVEEDORES**
- **IMPORTACIÓN**
- **CONSUMO**
- **ECUADOR**

## **ABSTRACT**

This research aims to determine whether there is a significant consumption of dried fruit imported in Ecuador, dried fruits are those that undergo a process of artisanal or technological dehydration to extract all the liquid fruit pose, unlike a fruit in its normal, dried fruits provide high levels of fiber consumption organism and provides many health benefits. Using a descriptive design embodied in implementing surveys outlining the psychographic characteristics regarding the interest of the people who consume dried fruits, considering the Keynesian theory and the presumption of Friedman; in which Keynes indicates that consumption increases as income grows and Friedman suggests otherwise; consumption is not a function of income. The analysis of the information obtained from the study population and through databases identified that the biggest suppliers of dried fruits are Germany and the United States took place. I can also identify the reasons why people eat dried fruit, which is your favorite flavor, the amount and frequency of purchase. For the research three profiles of consumers considered and could be identified which profile is the consumer that demands more dried fruits. With the analysis of information obtained different research that can be performed in the future, it was proposed.

### **KEYWORDS:**

- **DRIED FRUITS**
- **SUPPLIERS**
- **IMPORT**
- **CONSUMPTION**
- **ECUADOR**

## **CAPÍTULO 1 MARCO TEORICO**

### **1.1. MARCO TEORICO**

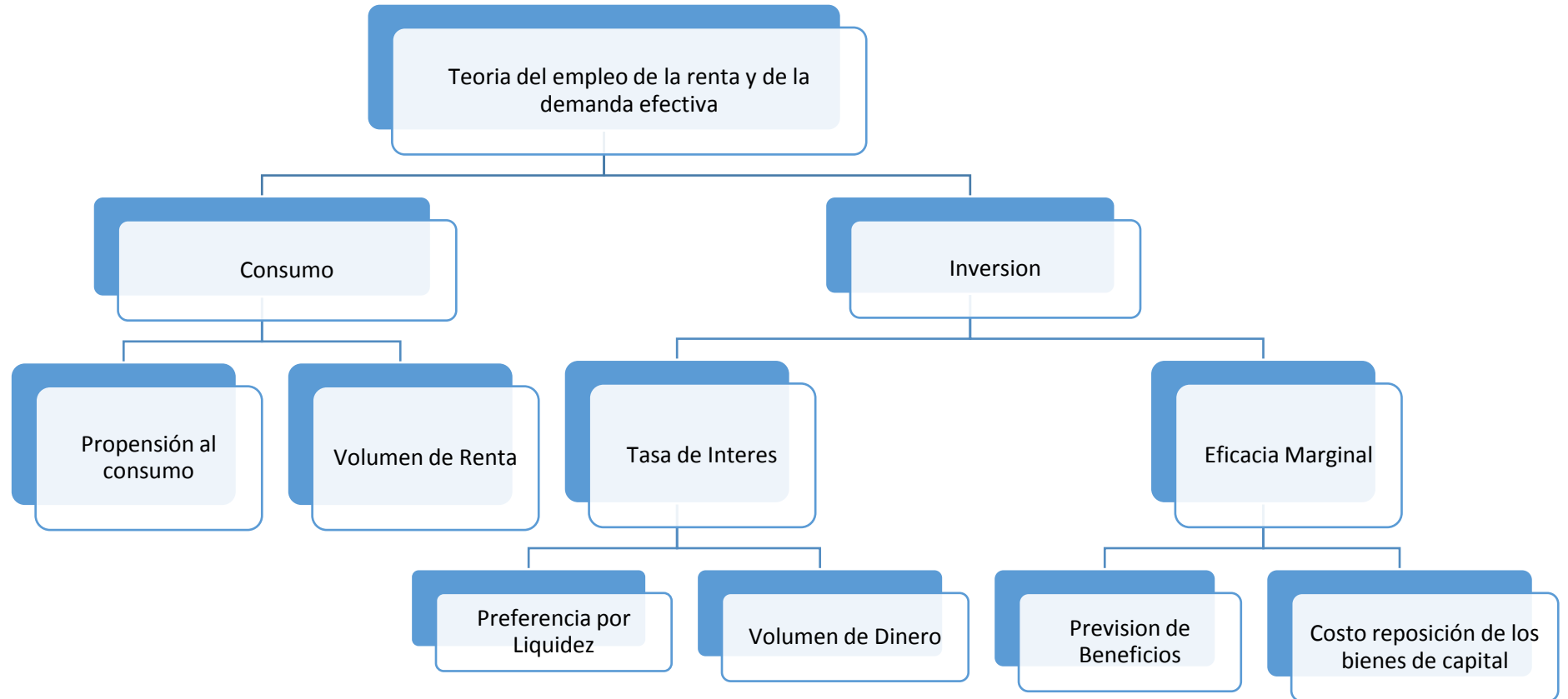
#### **1.1.1 CONSUMO NACIONAL DE FRUTAS DESHIDRATADAS**

Para la presente investigación se indagara las variables relacionadas con el consumo nacional de frutas deshidratadas que existe en el país. Si bien es cierto con el pasar del tiempo el consumo de frutas deshidratadas ha ido en aumento, esto se debe a los beneficios y características que posee este producto.

Para llevar a cabo la investigación es necesario conocer sobre algunas de las teorías del consumo, entre ellas tenemos:

➤ **Teoría keynesiana del consumo.-** Fue publicada en el año de 1936, por John Maynard Keynes, con el objeto de controlar la economía en las épocas de recesión o crisis, la cual consideraba a la renta nacional como dependiente de la demanda efectiva, es decir parte de la renta se destinaba al consumo y parte a la preferencia de invertir.

Según Keynes (1992)“los hombres están dispuestos, por regla general y en promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso”



**Figura 1. Teoría del Empleo de la renta y de la demanda efectiva**

**Fuente: (Zona Economica, 2009)**

El consumo a su vez está compuesto de las diferentes características psicológicas al cual Keynes llamo propensión al consumo y también del volumen de la renta, de igual manera la tasa de interés y la eficacia marginal son dependientes de la inversión, en este caso el interés depende de la preferencia por liquidez del público y del volumen de dinero el cual depende de la política monetaria, así mismo la eficiencia marginal depende de la previsión de beneficios que se encuentra influida por la confianza comercial.

La teoría keynesiana se basa en algunos fundamentos entre ellos tenemos:

El determinante más importante del consumo en un período de tiempo es el Ingreso Disponible, definido como el Ingreso total que perciben las personas menos los impuestos directos ( $Y-T$ ). Muchas veces se usa el hecho que los impuestos directos son impuestos a los ingresos de modo que se representa como una proporción del Ingreso, por ejemplo:  $T=TY$ .

La propensión marginal a consumir (PMC), que representa cuanto aumenta el consumo si el ingreso disponible aumenta marginalmente en una unidad, es una fracción entre 0 y 1. Es decir, si el ingreso sube en 1 dólar, el consumo subirá en  $\$c$  donde  $c \in [0,1]$

Keynes suponía una relación directa y sencilla del consumo y, por lo tanto, del ahorro con la renta disponible, con una propensión marginal al consumo constante o decreciente con la renta, y con una propensión media al consumo menor a la marginal y también decreciente con la renta. Podemos expresarlo de esta forma:

$$C = a + b * Y_d$$

Siendo “C” el consumo, “a” el consumo autónomo, “b” la propensión marginal a consumir (donde  $0 < b < 1$ ) e “Y<sub>d</sub>” la renta disponible. En esta versión, el consumo (y el ahorro) no depende de



otra variable que la de la renta disponible del período actual. (Keynes, 1992, pp. 92-110)

$$S = Y - C = -a + (1 - b) \cdot Y_d \quad (1.2)$$

Es decir, los agentes no miran hacia el futuro, sino que toman sus decisiones de acuerdo con su situación (renta) presente. No obstante, conviene advertir que la decisión de ahorro no es una acción o decisión en el fondo, sino una ausencia de acción, dado que esta teoría define el ahorrar como el no consumir. Esta formulación keynesiana respecto a que el ahorro depende del nivel de la renta, creciendo a medida que ésta aumenta, es un reflejo de su ley psicológica fundamental, según la cual los individuos aumentan su consumo cuando su renta crece, pero menos que proporcionalmente. (Keynes, Elasticidad de consumo, 1996).

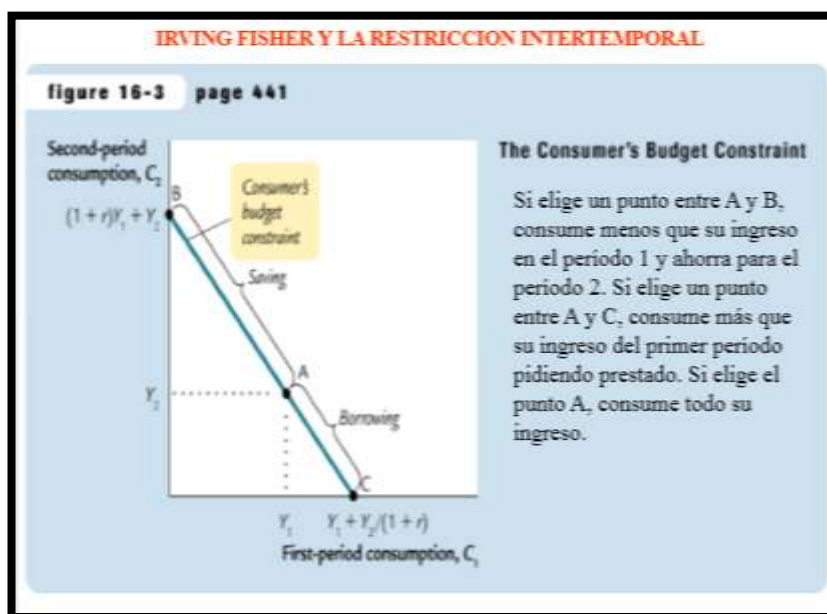
- **Modelo del consumo intertemporal de Fisher.-** En el año de 1953 Fisher desarrolla el primer modelo intertemporal, el cual se basa en dos periodos de tiempo el actual y el futuro, el modelo tiene los siguientes supuestos; cuando el consumidor es joven y cuando el consumidor ya es adulto.

El primer periodo se basa cuando el ahorro es igual a la diferencia de la renta menos el consumo.

$$S = Y_1 - C_1$$

El segundo periodo el consumo es igual a la suma del ahorro acumulado más la tasa de interés que se gana con el ahorro y más la renta del segundo periodo.

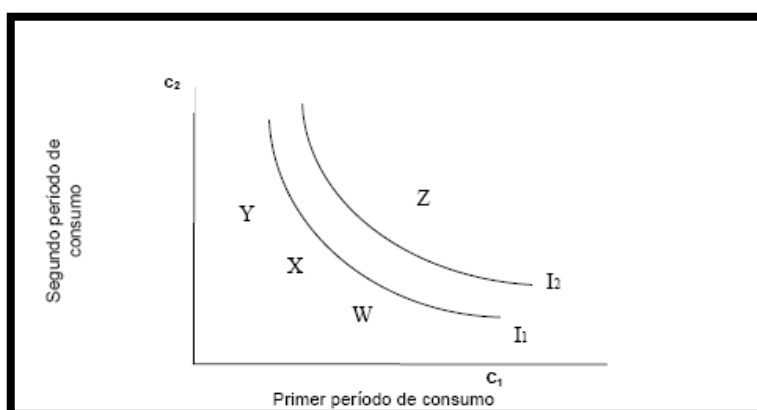
$C_2 = (1+r) S + Y_2$  Se puede asumir que la tasa de interés por pedir un préstamo es la misma que la tasa de interés para ahorrar. (Fisher, 1953)



**Figura 2. Restricción Intertemporal**

**Fuente: (Teignier, 2002)**

Así mismo las preferencias que se dan por el consumo en los diferentes periodos de tiempo se pueden representar en la curva de la indiferencia

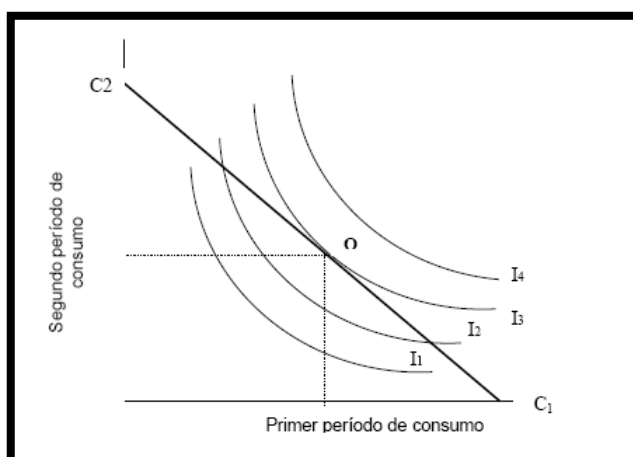


**Figura 3. Preferencias del consumidor**

**Fuente: (Cálculo de la elasticidad del consumo-ahorro, 2003)**

Se puede observar que existe un mismo grado de utilidad al realizar las combinaciones de un periodo y de otro.

Dentro del consumo intertemporal Fisher menciona la optimización del consumo.



**Figura 4 . Combinación Óptima del Consumo**

**Fuente: (Tierra, 2003)**

Adicionalmente Keynes manifestaba que muchas curvas de indiferencia cruzan la recta presupuestaria, la más alta curva de indiferencia que el consumidor puede obtener sin violar la restricción presupuestaria es la curva de indiferencia que apenas toca la línea presupuestaria, el punto en el cual la curva y la línea tocan es la mejor combinación de consumo en los dos periodos disponibles para el individuo.

- **Teoría del Ingreso permanente de Friedman.-** En el año de 1957 se estableció una hipótesis del ingreso permanente por Milton Friedman. para explicar el comportamiento del consumidor. La teoría acentúa en la incertidumbre que genera en los individuos cuando se da un cambio en los ingresos y se desconoce si dichos cambios son transitorios o permanentes, se

debe tener en cuenta que el ingreso transitorio es un ingreso inesperado, por lo cual no existe esperanza para que se mantenga en el futuro y el ingreso permanente tiene la esperanza de persistir en el futuro.

Se establece que el consumo es proporcional al ingreso permanente.

$$C = cY_p$$

Según la teoría se establece que una persona podrá tener ingresos adicionales de manera ocasional.

Friedman establece que el consumo no es una función del ingreso corriente como había planteado Keynes, sino que es el resultado de un promedio entre el ingreso presente y el ingreso futuro, lo que equivale a decir que buscamos tener un nivel de consumo acorde con el ingreso esperado en el tiempo, por ello tenemos épocas donde gastamos una mayor proporción del ingreso de la que ahorramos (nos endeudamos) y otras donde ahorramos más de la que gastamos (acumulamos). Por tanto, a un cambio en el ingreso sólo aumentaremos el consumo si creemos que este cambio es permanente, pues si creemos que es transitorio no aumentaremos nuestro nivel de consumo en el tiempo. (Friedman, 2006).

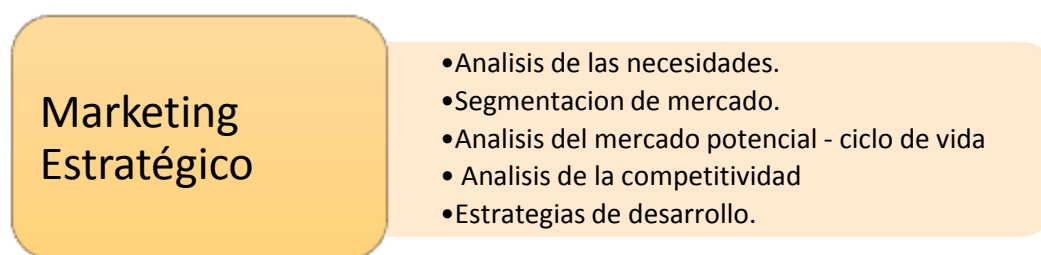
Una vez analizada la teoría Keynesiana podemos concluir que las personas están dispuestas a invertir en un producto saludable siempre y cuando su ingreso también incremente o se mantenga, ya que para varias personas el consumir frutas deshidratadas es una inversión más que un gasto, puesto que consumirlas ayudan con una buena nutrición.

Hoy por hoy en el mundo globalizado en el que nos encontramos, la empresa se preocupa por conocer cuáles son las necesidades que tienen los diferentes consumidores y frente a dicha situación crean una variedad de productos para diferentes segmentos, con el objetivo de que exista el consumo y se pueda establecer

una demanda. En el momento que las empresas investigan las necesidades de los consumidores se desarrolló el marketing estratégico, ya que para lograr el desarrollo adecuado de la empresa frente a otras debe analizar al consumidor y a la competencia.

Para una explicación más clara tomamos en cuenta la definición según (Lambin, 2003) “Seguir la evolución del mercado de referencia e identificar los diferentes productos-mercados y segmentos actuales o potenciales, sobre la base de un análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar.”

Es decir la marketing estratégico se relaciona con el estudio de los consumidores y de la competencia, el marketing estratégico busca el desarrollo de productos que sean rentables que tengan características notables que posean ventajas competitivas las cuales permita diferenciarse de otros competidores y que estén destinados a un grupo específico de compradores, sin embargo para que una empresa funcione correctamente y tenga éxito debe aplicar el marketing estratégico conjuntamente con el marketing operativo ya que este se encarga de establecer las estrategia de venta y de comunicación, también es el encargado de establecer los intermediarios para que el producto llegue al mercado, también se encargan de establecer los precios y los medios que utilizara la empresa para dar a conocer el servicio o producto que ofertan.



**Figura 5. Diferencia entre MKT Operativo y el MKT Estratégico**

Los productos-mercado identificados representan una oportunidad económica cuyo atractivo de mercado es preciso evaluar. El atractivo de un producto-mercado se mide en términos cuantitativos por la noción de mercado potencial y en términos dinámicos por la duración de su vida económica, representada por su ciclo de vida. Para una empresa determinada, sin embargo, el atractivo de un producto-mercado depende de su competitividad. Es decir, de su capacidad para

atraer mejor que sus competidores la demanda de los compradores. Esta competitividad existirá en la medida en que la empresa tenga una ventaja competitiva, ya sea por la presencia de cualidades distintivas que la diferencien de sus rivales, ya sea por una productividad superior que le da una ventaja en costos. (Lambin, 2003, pp. 87-91)

Según. (Terpstra, 2000) “Un cliente pagará un producto o servicio si el valor del beneficio percibido es mayor que su precio. Por ello, el precio es extremadamente importante como medida competitiva. El precio determina la cantidad que el cliente debe sacrificar para adquirir un producto.”

Un precio puede también influir en los valores percibidos del producto. Los consumidores perciben mediante el precio, las cualidades de un producto, como son calidad, servicio, imagen, status e información brindada. “El precio será un factor de posicionamiento en la mente del cliente.” (Fernandez, 2001, p. 6)

El marketing estratégico es un factor muy importante tanto en la economía como en la empresa ya que permite detectar las necesidades insatisfechas de los consumidores, de igual manera permite asegurar el acercamiento correcto de la oferta y la demanda.

Conocemos que cada nación establece políticas comerciales para poder ejercer un comercio justo, considerando las ventajas y desventajas que cada país tiene frente a los tratos comerciales que se practican, a medida que el comercio internacional ha ido evolucionando se han ido creado teorías relacionadas al comercio internacional.

Para la presente investigación se indagará ciertas teorías de comercio internacional, entre ellas se pueden nombrar las siguientes:

- **Teoría clásica de la ventaja Absoluta.**-fue creada por Adam Smith (1723-1790)

Un país exportaría (importaría) aquellas mercancías en las que tuviera ventaja absoluta de costos, esto es, aquellas mercancías cuyo costo total de producción en términos absolutos fuera inferior en dicho país respecto a los

costos derivados de producir la misma mercancía en el otro país. (Smith, 1991, p. 15)

la teoría mencionada anteriormente señala que es más favorable para una nación adquirir un producto de otra nación con un precio más bajo que lo que costaría producirlo, es decir cuando un país puede producir un bien a un menor costo que al producirlo por otra nación tiene una ventaja absoluta, existen varias razones por la que un país tiene una ventaja absoluta, puede ser porque el país cuenta con profesionales de alta calidad, tecnología avanzada e incluso por los cambios que ha conllevado la globalización, ya que existen países con niveles de especialización muy altos que pueden ofrecer productos de mejor calidad sin invertir mucho en la fabricación de los mismo, pero de igual manera existen países que su nivel de especialización es bajo o no cuentan con la especialización y frente a los países más desarrollados se encuentran en desventaja.

Al analizar la teoría de la ventaja absoluta podemos concluir que en la actualidad la mayoría de países han lograda un desarrollo y la ventaja absoluta quedaría obsoleta, lo que hoy día genera una disputa entre los productos que son fabricados por un país y los productos que genera otro es una ventaja competitiva, es así como nace la ventaja comparativa establecida por David Ricardo.

- **Teoría de la Ventaja Comparativa.**-Establecida por David Ricardo en 1817, la cual indicaba:

Incluso cuando una nación poseía la ventaja absoluta en ambos productos, el comercio todavía con ventajas para ambos países, siempre y cuando la nación menos eficiente no fuese igualmente menos eficiente en la producción de los dos bienes, por ejemplo Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción tanto de automóviles como de arroz. Hay que tener en cuenta que comparando con Estados Unidos, Japónes menos eficiente en la fabricación de automóviles que en la producción de arroz, además existe una ventaja

comparativa según Ricardo. (Ricardo, Ventaja Comparativa, 1975, p. 28)

Esta teoría hace referencia que cuando existe una desventaja absoluta en un país puede existir una ventaja competitiva, dando paso al intercambio de productos, pues bien un país exporta sus productos que tienen un valor agregado que son producidos eficientemente por ende tienen gran aceptación en el mercado extranjero, mientras que los productos que internamente en un país al producirlos no son tan adecuados y conlleva más valor producirlos son importados. Es así como los países deciden especializarse en un producto que tienen gran acogida en el mercado y que relativamente cumplen con características más notables que otros. De esta manera los países llegar a competir para que sus productos sean reconocidos

Dos hombres pueden hacer zapatos y sombreros y ser uno superior al otro en ambas ocupaciones; pero el primero haciendo sombreros puede aventajar al segundo en un 20 por 100, y haciendo zapatos en un 33 por 100, en este caso ¿no sería interesante para ambos que el primero hiciera zapatos únicamente y el segundo sombreros? (Ricardo, 1975, p. 122)

Sin bien es cierto la productividad de un país se relaciona con el desarrollo que tiene el país, actualmente en la nueva era que nos encontramos cada país debe preocuparse por mejorar las técnicas de producción y contar con tecnología avanzada, para minimizar el tiempo de trabajo y la mano de obra de quien lo produce, sin embargo al decir que se debe minimizar la mano de obra no se refiere a remplazar el personal de trabajo, sino lo contrario minimizar el tiempo para poder elaborar más productos por ende generar más trabajo.

- **Teoría de la Disponibilidad.**-fue planteada por Kravisen 1956, esta teoría de Comercio Internacional se centra en las importaciones.



Según (Kravis Irving, 1956)“Un país importara aquellos bienes cuya producción es totalmente incapaz de realizar, así como aquellos bienes cuya oferta sea muy inelástica. De la misma manera exportara aquellos bienes que puede producir abundantemente.”

Si un país no dispone de un bien o es incapaz de producirlo, la alternativa para el consumidor es importarlo de algún país que lo elabore y oferte un producto de buena calidad, dicha teoría fue planteada por Kravis señalando que cuando existe un incremento en la producción y se tiene una oferta inelástica los costos crecerán de una manera acelerada.

Un país puede diferenciarse de otro al tener la disponibilidad de crear bienes, cuando el país tiene una disponibilidad relativa porque su producción es insuficiente se dice que la oferta es inelástica, la oferta pasa a ser elástica cuando los bienes son exportados porque la producción puede cumplir con las necesidades de los consumidores nacionales y también se abastece con los consumidores internacionales.

- **Teoría de la localización.**-fue establecida por (Thunen Von, 1826)“la cual indica que combina aspectos de la teoría económica con elementos espaciales, trata de explicar la ubicación de los complejos productivos; es decir, la localización de los productores en relación con el lugar de venta de las mercancías.”

Dentro de la economía es importante conocer algunos aspectos que han sido omitidos por pensar que no son de gran importancia al generar comercio, entre ella está la localización que si bien es cierto es un factor clave para que el comercio se desarrolle con éxito en un país, Thunen creo un modelo en el cual hacia énfasis en la localización de la actividad económica de una país, en la cual establecía que las actividades agrícolas se consideran optimas en función de la renta de la tierra.

La renta económica es, como la define von Thunen, el ingreso excedente que se obtiene por la utilización de una unidad adicional de tierra. Esta “tierra marginal” es aquella capaz de proporcionar un rendimiento lo suficientemente elevado como para que se justifique su utilización. La renta económica mide, básicamente, las ventajas que una porción de tierra tiene sobre otra. Lo anterior implica que la tierra se diferencia en algunos aspectos y que estas diferencias se reflejan en los rendimientos que proporciona. (Brown, 2010)

Con esta teoría podemos hacer énfasis en que Ecuador es un país privilegiado por la situación geográfica que posee, en lo que se refiere al clima y la diversidad de frutas que se producen en el país y que en otros no pueden producirse, de igual manera las frutas cosechadas y producidas en Ecuador tiene un sabor distinto a otras frutas esto se debe al clima del país.

Actualmente Ecuador realiza una gran inversión para mejorar la producción nacional, contar con tecnología moderna, tener personal altamente capacitado y de esta manera ofrecer productos de alta calidad, los mismos que sean utilizados y consumidos a nivel nacional e internacional.

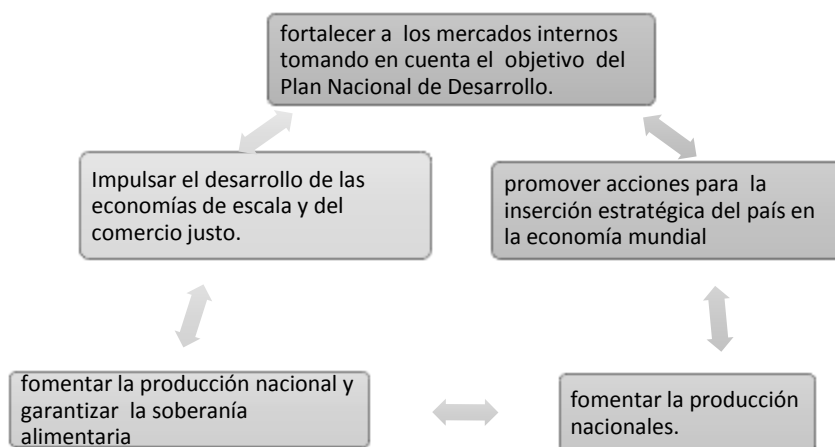
Podemos tomar en cuenta la sección sexta de la constitución de la república del Ecuador, Capítulo sexto, trabajo y producción la cual refiere al ahorro e inversión:

“Art.338.- El estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país, Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

Art.339.- El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

La inversión extranjera directa será complementaria a la nacional, estará sujeta a un escrito respecto del marco jurídico y de las regulaciones nacionales, a la aplicación de los derechos y se orientará según las necesidades y prioridades de los definidas en el Plan Nacional de Desarrollo, así como en los diversos planes de desarrollo de los gobiernos autónomos.” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Para llevar un comercio junto es necesario tomar en cuenta las políticas que estipula la constitución del Ecuador, se puede hacer referencia al artículo 304, el cual plantea los siguientes objetivos.



**Figura 6. Objetivos establecidos en el art 304**

De igual manera hoy en día se fomenta la matriz productiva vinculada con mejorar el talento humano.

La forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones

sociales resultantes de esos procesos, denominamos matriz productiva. (SENPLADES, 2013)

Lo que el actual gobierno pretende es mejorar la situación de todos los ecuatorianos, en los diferentes aspectos, entre ellos pretende cambiar la situación económica del país, transformando al país en el Ecuador del buen vivir, a través de los siguientes ejes;



**Figura 7. Principales Ejes para el cambio del Ecuador**

El presente gobierno se ha centrado especialmente en crear un cambio general que favorezca al desarrollo del país, enfocado en ser un país autónomo que no tenga que depender al 100% de otra nación.

Es así que el gobierno está incentivado a la producción nacional, controlando que se cumpla los estándares de calidad, las normas de etiquetado y envasado para ofertar productos de excelente calidad y poder consolidarnos como un país exportador.

En el año 2013 se estableció un programa de gobierno (2013 -2017) conjuntamente con el plan Nacional del Buen Vivir, el cual pretende que la nación conviva en un ambiente diferente, un ambiente donde se respeten los derechos sin discriminación alguna y se establezca la armonía, equidad y solidaridad, es decir se

pretende transformar la economía y a la vez recuperar la dignidad, el actual gobierno también se centra en proteger los recursos naturales que el país conserva.

El Plan Nacional del Buen vivir dispone de 12 Objetivos, que al cumplirlos da paso a que se origine el cambio anhelado por todos los ecuatorianos, los mismo que pretenden mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, fomentar el cambio en las personas de tal manera que se desarrolle un país con respeto a las diferentes culturas, respetando los derechos ciudadanos y los derechos de la naturaleza, garantizando un trabajo digno en el cual los soberanos puedan mostrar sus aptitudes y capacidades, para que el cambio se ha consolidado también se plantea la transformación de la matriz productiva.

Para la presente investigación se va hacer énfasis en el objetivo 10 ‘Impulsar la transformación de la matriz productiva’, el cual se enfoca en sustituir las importaciones a través de cambios en la producción y el incremento de productos, de tal manera que no sea necesario adquirirlos del país vecino.

El presente gobierno se encuentra fomentando la producción nacional para lo cual genera un valor agregado en sus productos, de tal manera que los productos que sean ofertados en el mercado sean de óptima calidad y a un precio accesible, estos cambios se establecen con el fin de disminuir las importaciones y aumentar las exportaciones, de esta manera se contribuye con el desarrollo de la matriz productiva,

Así mismo establece la (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008) en el Art 52 “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a unainformación precisa y no engañosa sobre su contenido y características.”

Para cumplir con lo establecido en el artículo mencionado, se pretende cambiar las formas de producción, a través del intercambio tecnológico entre los diferentes países, es decir se pretende reducir la brecha tecnología para lograr un crecimiento de la demanda nacional e internacional la cual permita ofrecer productos de calidad. También se enfoca en promover la producción en nuevos sectores para salir de los productos tradicionales, se espera la producción de nuevos productos que tengan un

valor agregado y puedan ser competitivos de tal manera que iniciará la sustitución de las importaciones.

Para que el cambio de la matriz productiva sea significativo debe estar orientado a la innovación, existen pequeñas empresas que solas no pueden llegar a establecerse como empresas emprendedoras por lo cual han optado por la asociación que de una u otra forma les ayuda a crecer, ya que unen fuerzas para generar productos de óptima calidad y también reciben ayuda del gobierno a través de capacitaciones para que la empresa no se quede estancada en la comercialización interna.

Como parte del cambio en la matriz productiva está el enfocarse en fortalecer el crecimiento de las pequeñas y medianas empresa, según la (SENPLADES, 2013) “Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.”

Al crearse las asociaciones se pueden tener una visión exportadora fomentando la inserción de los productos en nuevos mercados.

Según (Agronegocios, 2015)“En la actualidad existen cerca de 15 empresas en el país que se dedican a la producción de frutas deshidratadas y casi todas exportan el producto. Pero también abastecen el mercado nacional en autoservicios, supermercados y tiendas especializadas.”

## **1.2 MARCO CONCEPTUAL**

**Arancel Integrado de Importación.**-herramienta utilizada para conocer a descripción de un producto y facilita la aplicación de políticas y medidas arancelarias de productos importados.” (CAN, 1969)

**Consumo.-**Se relaciona con la importancia que le da una persona a su calidad de vida, y para ello compra diferentes productos o servicios que los consumen acorde a sus necesidades. (Deficiones abc)

**Estándares de Calidad.-** niveles mínimo y máximo deseados, o aceptables de calidad que debe tener el resultado de una acción, una actividad, un programa, o un servicio. (MPS, 2014)

**Grelina.-** Hormona de producción digestiva que ha demostrado estimular la ingesta de alimentos. (De la Torre, 2004)

**Importación.-**acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos. (Deficiones abc, 2010)

**Leptina.-** Es la Hormona reguladora del apetito, controla el metabolismo de la grasa, monitorizando cuánta energía entra en un organismo. Examina y mantiene el balance energético en el cuerpo y regula el hambre y la saciedad. (Yerai, 2013)

**Nutrición.-**proceso biológico a partir del cual el organismo asimila los alimentos y los líquidos necesarios para el crecimiento. (Deficiones abc, 2010)

**Organismos Internacionales.-** Entidades que trabajan en conjunto para coordinar políticas, surgen a partir de acuerdos, convenios, o tratados entre diferentes naciones. (Definiciones.de, 2007)

**Proceso de deshidratación.**-Colocar la fruta a una temperatura adecuada para que pierda todo el porcentaje de agua que tiene, el proceso de deshidratación se lo puede hacer artesanalmente con la luz solar. (Mendoza, 2003)

**Producción Nacional.**-se podrá entender como producción nacional al conjunto de los fabricantes de la mercancía producida en una nación. (Leyva, 2004)

### 1.3 MARCO REFERENCIAL

El desarrollo económico de un país se puede analizar mediante los datos que proporciona la balanza comercial a través de las exportaciones e importaciones que el mismo realiza en un determinado periodo de tiempo.

La Balanza Comercial según (Proecuador, 2013) “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.”

En la actualidad la demanda de frutas deshidratadas ha crecido por las nuevas tendencias que trae el mundo globalizado, hoy en día obtener nuevos hábitos alimenticios se ha hecho parte de la rutina diaria de cada persona. Cabe recalcar que para el país es de gran importancia cumplir con la demanda internacional, sin embargo no hay que restarle importancia a que la demanda abastezca el mercado nacional.

Hoy por hoy el consumo de frutas deshidratadas se da en distintos países, por lo que existe la importación y exportación del mismo.

Para la presente investigación a más de tener conocimiento sobre lo que engloba el consumo también es importante conocer las diferentes características que tienen las frutas deshidratadas.

Las frutas deshidratadas o secas son aquellas que pasan por un proceso de deshidratación para extraer todos los líquidos que la fruta posee, se puede reducir el



contenido de humedad en el cuerpo de la misma hasta llegar a un 20% del peso, con la finalidad de aumentar su preservación y también para reforzar el sabor de las mismas.

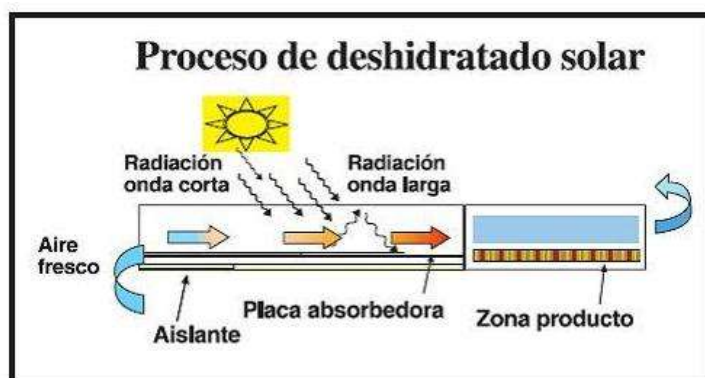


**Figura 8. Frutas Deshidratadas**

**Fuente:** (Imágenes Google, 2000)

Es por ello que podemos reconocer que el actual gobierno motiva a sus habitantes a cambiar su estilo de vida alimentándose correctamente y llevando un estilo de vida más saludable. Si bien es cierto el consumo nacional de las frutas deshidratadas crece con el pasar del tiempo, esto se debe a diferentes razones, una de ellas es la facilidad de consumir una fruta ya lista y que guarda las mismas características de una fruta normal. “El consumidor acogió el producto por su sabor y la facilidad de consumirlo” (Agronegocios, 2015)

El proceso de deshidratación consiste en hacer secar la fruta de una manera artesanal con la ayuda de la luz solar, en primera instancia se deben seleccionar las frutas adecuadas, es decir aquellas frutas que se encuentren en buen estado luego se proceden a lavarlas, dependiendo la fruta es conveniente o no pelar la capa exterior que posee la fruta, inmediatamente se procede al secado de la fruta que puede realizarse a una temperatura adecuada por medio de vapor o a través del sol. Cuando ya se completa el proceso de deshidratación se procesa a guardar las frutas en recipientes herméticos para evitar la rehidratación de las frutas.

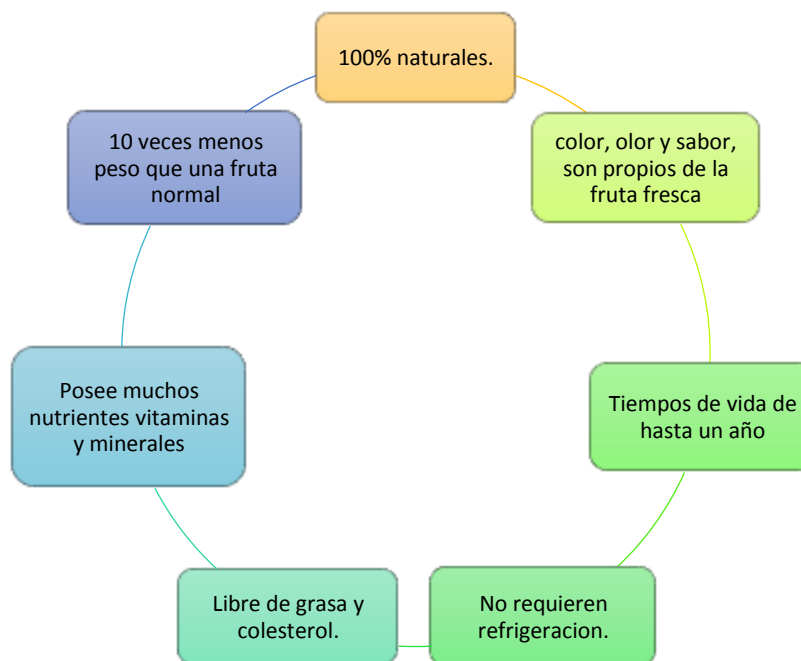


**Figura 9. Proceso de Deshidratación**

**Fuente:** (Imágenes Google, 2000)

Según (noticias EFE, 2006) “Esta forma especial de elaboración garantiza que permanezcan intactas el máximo posible de vitaminas, minerales y aromas a la vez que se reduce considerablemente su peso.”

Una característica muy relevante de las frutas deshidratadas es su alto contenido de fibra, también la conservación del color y de su aroma, entre las características podemos indicar las siguientes:



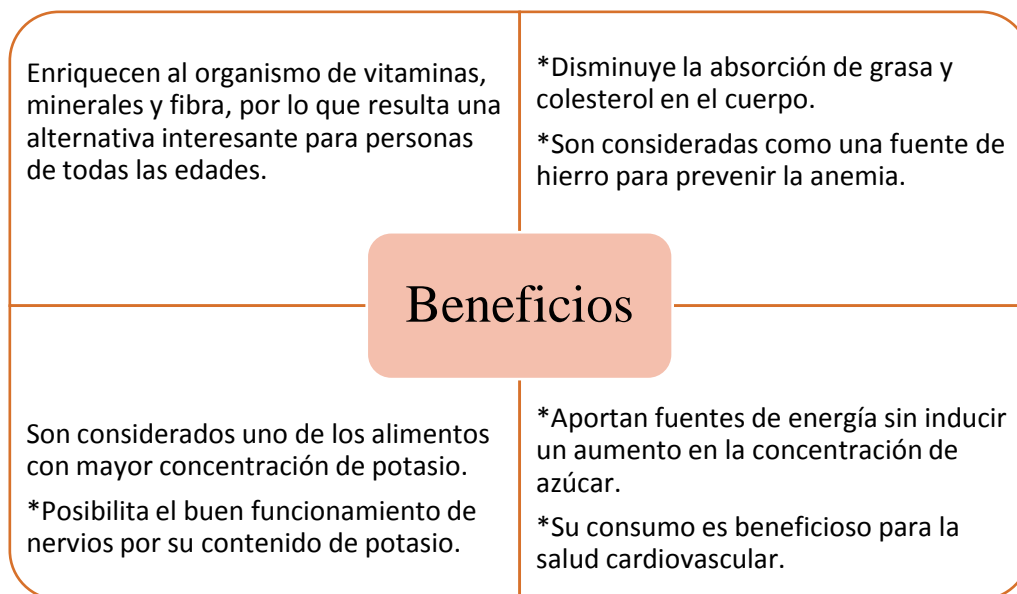
**Figura 10. Características de la fruta seca**

Según (Gonzales, 2003)“El interés de los consumidores se ha desplazado hacia lograr y mantener una buena salud, de esta forma ha aumentado de manera importante la demanda por alimentos funcionales.”

El consumo de frutas deshidratadas aporta las grasas saludables al cuerpo y es considerado un producto nutricional y muy completo, en el caso del consumo por parte de los niños se los puede remplazar como una golosina.

Consumir frutas deshidratadas aporta varios beneficios para la salud, ya que tiene más calorías y carbohidratos que una fruta normal, son consideradas un alimento esencial en el caso de realizar una dieta ya que aportan varios nutrientes, estimulan la buena digestión por su contenido en fibra, estimulan la actividad de los músculos del colon, permitiendo una adecuada evacuación y de esta forma evitar el estreñimiento. Al comer frutas secas existe un menor nivel de grelina, la hormona que despierta el apetito en una persona y a la vez genera mayores niveles de leptina, la hormona que quita las ganas de comer.

Entre los beneficios más relevantes podemos mencionar los siguientes:



**Figura 11. Beneficios de las frutas deshidratadas**

El consumo de frutas deshidratadas se da de varias formas las más común en como un bocado o como un snack, pero también se las usa en la preparación de diferentes postres como pasteles, helados, babarua, en los productos lácteos, mermeladas e incluso en la preparación de algunos platos de cocina, su uso es muy acelerado en la época navideña pero cabe recalcar que su uso se está incorporando diferentes platos del día a día.



**Figura 12. Preparaciones con frutas deshidratadas**

**Fuente: (Depositphotos, 2009)**

Las frutas deshidratadas tienen varios sabores y aportan varios beneficios de acuerdo a la fruta seca que se consume, entre ellas se mencionan las siguientes:

#### **Manzana deshidratada**

Según (Agronegocios, 2015) las propiedades que tiene la manzana son:

- Gran fuente de vitamina C
- Buena fuente de fibra
- Buena para el corazón y la circulación
- Efectiva contra el estreñimiento y la diarrea
- Limpia los dientes y fortalece las encías
- Acción antiviral



**Figura 13. Manzana Deshidratada**

**Fuente:** (Imágenes Google)

Tradicionalmente las manzanas han sido utilizadas para combatir problemas del sistema gastrointestinal, es ideal para problemas de artritis, reumatismo, gota, diarrea, gastroenteritis y colitis.

### **Plátano deshidratado**

Según (Agronegocios, 2015) las propiedades que tiene el plátano son:

- Una de las frutas más nutritivas
- Ideal para personas que desempeñan actividades físicas.
- Beneficioso contra úlceras de estómago.
- Bueno contra el colesterol
- Previene calambres



**Figura 14. Plátano Deshidratado**

**Fuente:** (Imágenes Google)

El plátano es considerado una fruta llena de nutrientes y potasio es recomendado, para el tratamiento tanto de estreñimiento como de diarrea, mientras que también ayuda a eliminar el colesterol. Es rico en una fécula excelente para el tratamiento y prevención de úlceras estomacales.

### **Piña deshidratada**

Según (Agronegocios, 2015) las propiedades que tiene la piña son:

- Beneficioso para problemas digestivos, fiebres y afecciones de garganta.
- Un excelente protector para el corazón.
- Remedio contra los problemas digestivos



**Figura 15. Piña Deshidratada**

**Fuente:** (Imágenes Google)

El consumo de piña sirve como un remedio contra las afecciones de la garganta y en base a las propiedades antibióticas y anti inflamatorias de algunos de sus componentes.

### **Kiwi deshidratado**

Según (Agronegocios, 2015) las propiedades que tiene el kiwi son:

- Una de las frutas más ricas en vitamina C
- Excelente fuente de beta-caroteno, un poderoso antioxidante
- Muy rica en fibra y potasio
- Excelente función laxante





**Figura 16. Kiwi Deshidratado**

**Fuente:** (Imágenes Google)

El kiwi tiene gran cantidad de vitaminas y minerales. Su alto contenido en potasio ayuda a combatir los problemas de tensión arterial, cansancio y depresión.

La fruta deshidratada según el Arancel de Importaciones Integrado del Ecuador se encuentra clasificado en la sección II: Productos del reino vegetal, capítulo 8: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandias, partida arancelaria 08.13 Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezcla de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo de la subpartida 0813.50.00.00 Mezcla de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cascara de este capítulo.



**Figura 17. Clasificación Arancelaria**

En América actualmente el consumo de este producto ha crecido, esto se debe a que las personas van conociendo los múltiples beneficios que provee el consumir frutas deshidratadas.

Para el actual gobierno es importante que las personas cambien sus hábitos alimenticios y prefieran el consumo de productos saludables, actualmente las personas optan por consumir frutas deshidratadas.

Se debe tomar en cuenta que cada país tiene sus Normas y reglamentos técnicos que controlan la entrada y salida de los diferentes productos a diferentes países, los mismos están regulados por los organismos internacionales, es así como cada país se preocupa para que se practique un comercio justo.

En la sección Quita, del art 335 menciona que:

El estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Es muy importante mantener buenas relaciones entre los países, para ejercer un comercio tranquilo y favorable para el país, si bien es cierto Ecuador es beneficiado por varios acuerdos comerciales los cuales permiten que algunos productos reciban preferencia arancelarias en los mercados vecinos.

También es muy importante controlar los productos que ingresan al país, hoy día se deben cumplir ciertas normas que aseguren que los productos que son importados cumplan todos los estándares de calidad y sobretodo que no perjudique a la producción nacional.

La (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008) en su Artículo 52 menciona “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.”

Es decir las personas son libres de elegir y tener preferencias frente a un producto importado o un producto nacional, sin embargo ante esta alternativa el gobierno aplica normas que no desfavorezcan a la producción nacional, como son las salvaguardias, que en más de una vez se ha tomado temporalmente para proteger la producción nacional.

De conformidad con el artículo XIX del GATT de 1994. Las medidas de salvaguardia se definen como medidas “de urgencia” con respecto al aumento de las importaciones de determinados productos cuando esas importaciones hayan causado o amenacen causar un daño grave a la rama de producción nacional del Miembro importador (artículo 2). Esas medidas, que en general adoptan la forma de suspensión de concesiones u obligaciones, pueden consistir en restricciones cuantitativas de las importaciones o aumentos de los derechos por encima de los tipos consolidados. Constituyen, pues, uno de los tres tipos de medidas especiales de protección del comercio (los otros dos son las medidas antidumping y las medidas compensatorias) a las que pueden recurrir los Miembros de la OMC. Los principios rectores del Acuerdo con respecto a las medidas de salvaguardia son los siguientes: deberán ser temporales; sólo podrán imponerse cuando se determine que las importaciones causan o amenazan causar un daño grave a una rama de producción nacional competidora. (OMC, 1994)

Existen dos condiciones para aplicar las medidas de salvaguardia; el aumento de las importaciones y un daño grave o una amenaza de daño grave causado por ese aumento.

Aumento de importaciones.- Se da cuando en un país existe un gran aumento de

la importaciones y de esta manera causa un impacto negativo en la producción nacional, en ese momento se puede aplicar las medidas salvaguardias.

**Daño grave.**-Se da un daño grave a una rama de la producción, por consiguiente se investigan y evalúan las causas, los factores que son investigados son; los niveles de aumento de importación en un tiempo determinado, las pérdidas y ganancias y empleo que genera la rama de producción que es investigada.

**Amenaza de daño grave.**-Se considera una amenaza grave cuando deja de ser un supuesto y es un hecho real, aunque no se confirme que exista un daño grave se puede aplicar en ese momento una medida salvaguardia.

El presente gobierno al aplicar la medida salvaguardia pretende ayudar a la producción nacional, y a la vez fomentar el consumo nacional dando valor a la frase “primero lo nuestro”.

Actualmente el país se encuentra en una alerta frente a la balanza de pagos, lo que se pretende es lograr el equilibrio de la misma, para lo cual el país podrá aplicar medidas no arancelarias a las importaciones o exportaciones según sea el caso, según el (COPCI, 2010) en el art, 78 literal f, señala “Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pago” es para proteger la producción nacional.

El 11 de marzo del 2015 el país tomo en consideración aplicar la medida salvaguardia a 2800 productos importados, con una sobretasa del 5 al 45 % según el producto, esta medida se toma para equilibrar la balanza pagos, la cual fue establecida por medio de la resolución 011-2015 El pleno del Comité de Comercio Exterior. (Ver anexo A)

En el caso de las frutas deshidratadas la sobretasa establecida es del 45 %



**Figura 18. Sobretasas Arancelarias**

Esta media es temporal al cumplir el tiempo establecido de 15 meses se tiene que analizar la situación actual de la balanza de pagos y dependiente de ello se tomaran otras medidas.

La parte más preocupante de una medida de corto plazo para solucionar un problema de balanza de pagos, es que potencialmente se está creando una burbuja de 15 meses, la cual, al momento de explotar, el ingreso de importaciones pueden ocasionar, como sucedió en el 2010, que pasemos de un déficit comercial de 1.226 millones de dólares en 2009 (año en que se aplicó la salvaguardia) a 3.100 millones de dólares en 2010 (año en que se levantó dicha medida), este crecimiento del 152% del déficit comercial confirmó que este tipo de decisiones tapan el incendio pero no curan la enfermedad. (Mercurio Diario independiente, 2015)

Aplicar las medidas salvaguardias también representa una oportunidad para la producción nacional, ya que al subir los precios de los productos importados, puede generarse un mayor consumo de los productos nacionales.

## **CAPITULO 2 METODOLOGÍA**

### **2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo del presente estudio se realizó un análisis bibliográfico puesto que, se buscó información en libros, revistas, noticias y trabajos de investigación que se relacionan con el consumo y las frutas deshidratadas, también se utilizó la técnica de observación porque permite recoger información y consecutivamente procesarla a través del análisis de cifras comerciales que existe entre los diferentes proveedores de frutas deshidratadas, con la investigación descriptiva se pudo analizar, cuantificar y recopilar información de bases de datos y los datos obtenidos en las encuestas realizadas, las mismas que permitieron obtener conocimiento del perfil psicográfico del consumidor.

### **2.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La nueva era del mundo globalizado trae cambios para toda la sociedad a los cual deberíamos adaptarnos, la mala alimentación hoy en día, en más de un país es un problema alarmante, ya que existe un gran porcentaje de desnutrición y obesidad, las circunstancias para que se de este problema puede ser la falta de tiempo para alimentarse correctamente.

A pesar que el actual gobierno impulsa y promueve la buena alimentación con frutas, verduras y lácteos los ecuatorianos nos dejamos llevar por la costumbre de la comida chatarra a un precio accesible, este es otro de los motivos por el cual no existe un gran consumo a nivel nacional de los frutos secos ya que es apetecido en mayor medida por las personas de clase media alta, también el producto va dirigido en cierta forma a oficinistas que por falta de tiempo, optan por adquirir algo fácil para su alimentación, y también por el precio que este tiene, se conoce que una funda de 50 gr cuesta alrededor de 1,20 centavos motivo por el cual los ecuatorianos prefieren comprar un snack tradicional como papas que cuestan 0,40 centavos.

Según (Revista Lideres, 2014)“el mercado extranjero consume más el producto que el mercado nacional, el mercado extranjero se lleva más del 80 y 90% de la producción local.”

Es fundamental conocer el perfil psicográfico del consumidor e identificar las razones por las cuales consume productos naturales, de igual manera se debe identificar el posicionamiento que tienen las marcas de frutas deshidratadas en la mente del consumidor, a través de la identificación de las marcas podemos analizar si los consumidores adquieren productos nacionales o productos importados, también se podrá saber cuál es el sabor predilecto por los consumidores, la frecuencia y cantidad de compra de las frutas.

La problemática de la presente investigación también se centra en identificar los proveedores e importadores del producto estudiado, así mismo se podrá identificar el precio al cual adquieren las frutas deshidratadas los diferentes importadores.

## **2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Investigar el consumo de frutas deshidratadas importadas en el Ecuador.

### **2.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Estudio a importaciones de producto

- Identificar los montos de importación por país de origen y proveedor internacional;
- Identificar la importación por país de procedencia
- Conocer los precios unitarios en valores CIF por kilo de producto;

Estudio a consumidor

- Identificar el perfil del consumidor de frutas deshidratadas
- Medir la psicografía de uso de frutas deshidratadas
- Posicionamiento de marcas de frutas deshidratadas
- Conocer los motivos de consumo de frutas deshidratadas

- Identificar los tipos de frutas deshidratadas
- Medir la demanda
  - Frecuencia de compra
  - Cantidad de compra

## **2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La información obtenida respecto del consumo nacional de frutas deshidratadas importadas por el país, nos llevará a conocer las diferentes causas por las cuales el consumidor empezó adquirir este producto y las razones por las cuales prefieren el producto importado.

Al conocer estas razones se pueden tomar medidas para reemplazar los productos importados y empezar a consumir los productos que genera el país, de esta manera se contribuye con el desarrollo de la Balanza Comercial y se ayuda con la transformación de la matriz productiva, como lo señala el objetivo número diez del Plan Nacional del Buen vivir, el cual se orienta a la incentivación de la producción nacional generando un valor agregado a los productos para que no sean tradicionales como es el caso de las frutas deshidratadas, de igual manera se promueve la disminución de las importaciones dando un valor a la producción hecha en Ecuador “primero lo nuestro” y se incentiva a la exportación.

Es de vital importancia poner en prácticas las diferentes políticas que se relacionan con el cambio de la matriz productiva, entre ellas mejorar el tanto humano con el cuanta el país.

Podemos nombrar las políticas más relevantes y relacionadas con el tema a desarrollar





**Figura 19. Políticas asociadas al objetivo diez del Plan nacional del Buen Vivir.**

Al ser Ecuador un país exportador genera mayores fuentes de trabajo, lo cual genera una mejor calidad de vida para la personas según (MCPEC, 2012) “El desarrollo productivo del país genera bienestar y empleo de calidad.”

Al lograr la disminución del porcentaje de importaciones se prende que Ecuador se consolide como un país exportador, mejorando los mecanismos de producción y ofreciendo productos de calidad.

De igual manera es importante que el país conserve el cambio de los buenos hábitos alimenticios, porque de lo contrario también representan un gasto para el Ecuador, según la (MSP, 2014) “El Presidente Rafael Correa indicó que los malos hábitos alimenticios en Ecuador representan económicamente un 25% más en gastos en salud.”

Por lo cual es importante el consumo de frutas y verduras y en los niños evitar el consumo de golosinas, en la frutas deshidratadas se encuentra un aliado para reemplazar a las golosinas.

#### **2.4.1 JUSTIFICACIÓN METODOLOGICA**

Para la realización de la presente investigación se utilizaran herramientas y técnicas de investigación como son las encuestas, y por medio de la tabulación podemos obtener la información necesaria para reconocer cuales son los motivos de consumo de las frutas deshidratadas, de igual manera se analizara bases de datos que permitan identificar los volúmenes de importación con relación al consumo de frutas deshidratadas.

#### **2.4.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Con los resultados de la presente investigación se obtendrán datos que permitirán identificar el impacto que genera el consumo de frutas deshidratadas importadas para el país, por medio de los resultados de la investigación se pretende contribuir con información que permita conocer las razones que motivan a los consumidores a adquirir el producto estudiado, de igual manera con el desarrollo del presente estudio se pueden derivar más temas a investigar.

#### **2.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

- Las relaciones comerciales que mantiene Ecuador con la partida 0813.50.00.00 se dan principalmente con Estados Unidos, Alemania y Chile.
- Las grandes cadenas de supermercados son los principales importadores de frutas deshidratadas.
- La adquisición de frutas deshidratadas por kilogramo tiene un valor que excede los \$ 20 dólares.

- Existe una asociación entre el consumo de frutas deshidratadas y la ocupación del consumidor final.
- La mezcla de frutas deshidratadas es el sabor predilecto por el consumidor final.
- La marca predominante en la mente del consumidor es Terrafertil.
- Existe mayor demanda de frutas deshidratadas por los oficinistas.
- La Adquisición de frutas deshidratadas es más demandada por fundas medianas.
- El precio es la razón más relevante por la cual no existe gran consumo de frutas deshidratadas.
- Las personas que no han consumido frutas deshidratadas están dispuestas a hacerlo.

## **2.6 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación se utilizara la técnica de observación, puesto que a través de él, se podrá identificar el perfil del consumidor por medio de la aplicación de encuestas, misma que sirve para conocer el comportamiento de los consumidores de frutas deshidratadas.

En el presente estudio también se utilizara la investigación descriptiva, la misma que nos permite recoger, organizar, resumir, presentar, analizar y generalizar la información, de igual manera a través de ella se puede llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de los consumidores.

Según (Tamayo & Tamayo, 2004) “La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza, y la composición o procesos de fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.”

Es decir a través de la investigación descriptiva se puede identificar la situación actual de las importaciones de frutas deshidratadas y el consumo nacional de las mismas.

Para que la información establecida en la presente investigación sea precisa se utilizaran fuentes de información tipo primaria y secundarias, siendo primaria la información obtenida en publicaciones o reglamentos, encuestas (Ver anexo A) y las fuentes secundarias son la información obtenida a través de internet y base de datos referente a la importación de frutas deshidratadas. Para ello es importante analizar la teoría de Base de Datos relacionales y la teoría de base de datos de cubos.

### **2.6.1 Teoría de Base de datos Relacionales.**

Fue establecida en 1970 por Edgar Codd, al publicar en uno de sus trabajos “Un modelo relacional de datos para grandes bancos de datos compartidos.”

Según (Codd, 2008) “un verdadero sistema relacional debería tener 12 reglas, aunque en la práctica alguna de ellas son difíciles de realizar.”

- **Regla de información.-** Todos los datos de una base de datos relación se representan explícitamente (al nivel lógico) como valores de tablas.
- **Reglas de acceso garantizado.-** Todos y cada uno de los datos (valore indisoluble, único o atómico) de una base de datos relacional se garantiza que sean lógicamente accesibles recurriendo a una combinación de nombres de tabla, valor clave primaria y nombre de columna.
- **Tratamiento sistemático de valores nulos.-** Los valores nulos (distinto de cadena de caracteres vacías o de una cadena de caracteres en blanco y distinta de acero o de cualquier otro número) se soporta en lo SGBD completamente relacionales para representar la falta de información y la información inaplicable de un modo sistemático e independiente del tipo de datos.

- **Catalogo dinámico en línea basado en el modelo relacional.-** la descripción de la base de datos se representa a nivel lógico como valores en tablas, del mismo modo que los datos ordinarios, de modo que los usuarios autorizados pueden aplicar a datos reguladores.
- **Regla de sublenguaje completo de datos.-** un sistema relacional puede soportar varios lenguajes de manipulación de datos y varios modos de uso terminal, el sistema debe soportar por lo menos un lenguaje relacional que cumpla estos puntos: Definición de datos y definición de vistas, autorización, restricción de integridad.
- **Regla de actualización de vistas.-** todas las vistas que puedan utilizarse son también actualizables por el sistema.
- **Inserción, modificación y borrado de alto nivel.-** Permite el sistema realizar manipulación de datos de alto nivel, es decir, sobre conjuntos de tuplas. Es decir los datos no solo se pueden recuperar de una base de datos relacional de filas múltiples o de tablas múltiples, sino también pueden realizarse inserciones, actualizaciones y borradores sobre varias tuplas o tablas al mismo tiempo.
- **Independencia física de los datos.-** Los datos deben ser físicamente independientes de los programas de aplicación.
- **Independencia Logia de los datos.-** los cambios al nivel lógico (tablas, columnas, filas, etc.) no deben requerir un cambio a una solicitud basada en la estructura. La independencia de datos lógica es más difícil de lograr que la independencia física de datos.
- **Independencia de integridad.-** La integridad de los datos debe ser definible en el lenguaje relacional y almacenarse en el catálogo. Las restricciones

específicas para una base de datos relacional y almacenables en el catálogo, no en los programas de aplicación.

- **Regla de no subversión.**-si un sistema relacional tiene un lenguaje de bajo nivel no puede ser utilizado para subvertir o suprimir reglas de integridad y las restricciones expresadas en el lenguaje relacional de nivel superior.
- **Independencia de la distribución.**- Refiere a que las aplicaciones y demás actividades terminales no se ven afectadas cuando se realiza la distribución de datos. (Codd, 2008, pp. 71-76)

Después de analizar la teoría de la base de datos, se puede trabajar correctamente con la información obtenida por medio de la base de datos respecto a las importaciones de las frutas deshidratadas.

### 2.6.2 Teoría de Base de Datos de cubos

Establecida por Edgar Codd, permite que el almacenamiento de los datos se lo realice en un vector multidimensional.

Según (Codd, 2008)consistía en realizar una disposición de los datos para permitir un análisis más rápido, estos vectores son llamados cubos. Lo cual evita una limitación de las bases de datos relacionales.”

Es decir esta teoría permite analizar de una mejor forma la información que tiene grandes cantidades.

Para interpretar mejor la teoría de base de datos de cubos es importante conocer la definición de olap.

Se entiende por olap, o proceso analítico en línea, al método ágil y flexible para organizar datos, especialmente metadatos, obre un objeto o jerarquía de objetos como en un sistema u organización multidimensional, y cuyo objetivo es recupera y

manipular datos y combinaciones de los mismos a través de consultas o incluso informes. (Codd, 2008)

Es decir esta herramienta permite ordenar, clasificar, filtrar los datos existentes para un estudio o consulta.

A continuación se mencionan las 12 reglas establecidas por Edgar Codd:

- **Vistas multidimensionales.-** Manejo y organización conceptual y física de la información en forma multidimensional.
- **Transparencia.-** Capacidad para acceder a datos de otras fuentes (por ejemplo planillas de cálculo) de manera sencilla y transparente.
- **Accesibilidad.-** Habilidad para obtener información completa y estructurada de fuentes externas de datos tales como bases de datos relacionales, archivos planos, etc.
- **Desempeño y consistencia.-** El número de dimensiones utilizadas en el sistema no debe degradar el desempeño del sistema, ni tampoco afectar la consistencia de la información.
- **Cliente/servidor.-** Las herramientas deben poder operar en ambientes cliente/servidor.
- **Dimensionalidad genérica.-** Cada dimensión deberá ser tratada de igual manera.
- **Uso eficiente del almacenamiento.-** Manejo eficiente de la porosidad (sparseness) de la base multidimensional, para ocupar la mínima cantidad de espacio. Por "porosidad" se entiende la manera en la que herramienta maneja el espacio requerido para almacenar la información multidimensional.

Este punto es muy importante ya que, debido a la estructura de los datos en las bases multidimensionales se cuenta con muchos "celdas" o campos vacíos. Un buen manejo de la porosidad implica que la herramienta es capaz de detectar las celdas vacías, y hacer eficiente el espacio que éstos requieren.

- **Soporte a múltiples usuarios.-** Permitir el acceso de múltiples usuarios al mismo tiempo al mismo modelo.
  
- **Operaciones entre dimensiones sin límite.-** Capacidad para realizar operaciones entre varias dimensiones sin ningún tipo de restricción.
  
- **Manipulación intuitiva de datos.-** Capacidad de navegación a través de los datos, dimensiones y jerarquías de la base mediante una interfaz de usuario fácil de usar.
  
- **Producción flexible de reportes.-** Utilitarios para la creación rápida de reportes, consultas y gráficos.
  
- **Capacidad ilimitada para dimensiones y relaciones (jerarquías).-** Capacidad para manejar un número ilimitado de jerarquías, relaciones y dimensiones de los datos. (Codd, 2008, pp. 71-76)

Al tener claro la teoría de base de datos de cubos, podemos aplicar en el estudio presente, ya que se puede analizar la relación de diferentes variables, por ejemplo se puede analizar el periodo de tiempo con el país importador.

Continuamente se procesa la información obtenida por los datos primarios y secundarios, para interpretar los datos de una manera más clara se utilizara



programas estadísticos como Excel, los cuales ayudan a interpretar la información a través de comparaciones de gráficos y tablas explicativas.

De igual manera la información obtenida será analizada e interpretada textualmente y su fundamento sustentara la hipótesis planteada.

## 2.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para poder calcular el tamaño de la muestra del presente proyecto, es necesario conocer varios factores que intervienen en dicho cálculo. Uno de estos factores, es la Población Total, que lo constituyen las personas a quienes se les realiza la encuesta y la entrevista en la ciudad de Quito.

➤ **Población.-** Para la elaboración de la presente investigación, se realizó encuestas a diferentes perfiles de consumidores, como son amas de casa, estudiantes y oficinistas en la ciudad de Quito. Mediante un estudio se pudo contar con la colaboración de 45 amas de casa, 82 oficinistas y 71 estudiantes. Lo que nos da una población total de 198 personas.

➤ **Fórmula de muestreo.-** La investigación se realiza mediante la fórmula de la muestra “n”, señala (Anderson)“cómo se calcula el tamaño de la muestra necesario y cuáles son las técnicas de muestreo más utilizadas para incluirlos en el estudio, a través de la siguiente formula”.

**Formula:**

$$n = \frac{z^2 pq}{\beta^2}$$

N= Población Total

Z= nivel de confianza del estudio

P= Proporción de acierto

q= Proporción de fracaso

$\beta$ =Error de estimación

➤ **Cálculo del tamaño de la muestra**

**Datos:**

N= 198

Z= 1.96

p= 0.5

q= 0.5

$\beta$ = ?

$$\beta = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{198}$$

$$\beta = \frac{3.84 * 0.25}{198}$$

$$\beta = \sqrt{0.96/198}$$

$$\beta = 0.06$$

Es importante recalcar que los datos correspondientes a p y q, corresponden a la probabilidad de éxito y de fracaso de que la encuesta sea llenada exitosamente. Se utilizara un proporcional del 50% de éxito y 50% de fracaso del llenado de la encuesta.

A través de la formula se pudo conocer el valor de estimación de error.

## 2.8 PLAN DE TABULACIÓN

**Tabla 1**  
**Tabulación de las encuestas realizadas**

<b>PLAN DE TABULACIÓN</b>				
<i>Preguntas</i>	<i>Categorías de la variable</i>	<i>Estadística</i>	<i>Cruce de información</i>	<i>Interpretación</i>
<b>Actualmente su ocupación es</b>	Ama de casa	Porcentaje	Covariable	Distribución de la muestra
	Estudiante			
	Oficinista			
<b>Consume usted frutas deshidratadas</b>	SI	Porcentaje	Consumo de fruta por ocupación	Consumo actual de frutas deshidratadas segmentado por ocupación
	Ama de casa			
<b>Del siguiente listado de frutas deshidratadas en una escala del 1 al 6, Cuáles prefiere siendo 1 el de mayor preferencia</b>	Manzana	Suma	Preferencia de sabores por ocupación	Preferencia de sabores de consumo de frutas deshidratadas segmentadas por la ocupación
	Kiwi			
	Banano			
	Durazno			
	Frutilla			
	Mezcla de frutas			
<b>Conoce alguna de estas marcas</b>	Terrafertil	Suma	Preferencia de sabores por ocupación	Preferencia de marcas de frutas deshidratadas segmentado por ocupación
	Supermaxi			
	Corfruit			

CONTINÚA



---

**PLAN DE TABULACIÓN**

Preguntas	Categorías de la variable	Estadística	Cruce de información	Interpretación
<b>Con que frecuencia compra frutas deshidratadas</b>		Media	Frecuencia de compra de frutas deshidratadas	Frecuencia de compra segmentada por la ocupación
<b>Que cantidad de compra</b>		Media	Cantidad de compra por ocupación	Cantidad de compra segmentada por la ocupación
<b>Califique del 1 al 3 los siguientes motivos por los cuales usted consume frutas deshidratadas , siendo 1 el motivo de mayor importancia</b>	Cuidado de la salud  Remplazo de Golosinas Para realizar comidas específicas	suma	Motivos de consumo	Principales motivos de consumo segmentado por ocupación
<b>De las siguientes opciones, en qué presentación prefiere adquirir frutas deshidratadas</b>	Frasco  Sachet	Porcentaje	Preferencia de presentación de producto por ocupación	Adquisición del producto de acuerdo a la presentación segmentado por ocupación
<b>Por cuál de los siguientes motivos no consume usted fruta deshidratadas</b>	Falta de información del producto Por el precio No es de su gusto Prefiere la fruta en su estado normal	Porcentaje	Motivos de no consumo por ocupación	Principales motivos de no consumo segmentado por la ocupación

---

CONTINÚA



<i>Preguntas</i>	<i>Categorías de la variable</i>	<i>Estadística</i>	<i>Cruce de información</i>	<i>Interpretación</i>
<b>Estaría dispuesto a compra una de las siguientes frutas deshidratada presentadas a continuación</b>	Manzana	Porcentaje	Disponibilidad de consumo por ocupación	Disponibilidad de consumo de las frutas deshidratadas segmentado por la ocupación
	Kiwi			
	Mezcla de frutas			

### CAPÍTULO 3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se da a conocer las relaciones comerciales que existen referente a las frutas deshidratadas, de igual manera por medio de entrevistas se pudo conocer el perfil del consumidor, los motivos de compra, preferencia de sabores y marcas, igualmente se identificó los motivos por los cuales no es consumido dicho producto.

#### 3.1 OPERACIONES COMERCIALES DE IMPORTACIÓN

Las relaciones comerciales de importación de la mercancía se cristalizan con la intervención de dos países: Alemania y Estados Unidos.

**Tabla 2**  
**Importación por país de procedencia**

<b>PROCEDENCIA</b>	<b>Total</b>
ALEMANIA	33300,59
Total ALEMANIA	33300,59
ESTADOS UNIDOS	2103,83
Total ESTADOS UNIDOS	2103,83
<b>Total general</b>	<b>35404,42</b>

Fuente: (Yura Relaciones Internacionales, 2014)

Actualmente Ecuador importa frutas deshidratadas únicamente de los dos países, siendo Alemania el país con un mayor valor de importación \$ 33300.59, mientras que Estados Unidos importa \$ 2013,83

**Tabla 3**  
**Importación por proveedor**

<b>IMPORTADOR</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>Total</b>
CORPORACION EL ROSADO S.A.	OTIS MCALLISTER INC	1926,12
Total CORPORACION EL ROSADO S.A.		1926,12
DELTA AIR LINES INC.	DELTA AIR LINES INC	177,71
Total DELTA AIR LINES INC.		177,71
PUSUQUI GRANDE Y ANEXOS C.A.	WORLEE NATURPRODUKLE GMBH	33300,59
Total PUSUQUI GRANDE Y ANEXOS C.A.		33300,59
Total general		35404,42

Fuente: (Yura Relaciones Internacionales, 2014)

Por medio de las tres empresas ecuatorianas se dan las relaciones comerciales con los proveedores.

Los proveedores Otis y delta son empresas ubicadas en Estados Unidos y la empresa worlee natur produkle provee el producto desde Alemania.

Otis Mc Allister es una compañía reconocida a nivel mundial que se dedica a la comercialización de productos alimenticios, tiene varias sedes en diferentes estados de Estados Unidos y ofrece sus productos a más de 80 países. La empresa cuenta con más de 10 marcas que ofrecen una variedad de alimentos como arroz, sardinas, frutas y verduras, chocolates, golosinas y snack.

Entre los snack que ofrece este proveedor tiene las frutas deshidratadas de diferentes marcas:

- Pik-nik
- Sun-Maid
- Sunsweet
- Diamod

Las frutas deshidratadas que ofrece el proveedor Otis, vienen envasadas en frascos pequeños y en fundas de diferentes tamaños.

El proveedor WORLEE NATURPRODUKLE es una empresa ubicada en la ciudad de Hamburgo, la cual se dedica a la comercialización de frutas secas y productos saludables dirigidos principalmente para diabéticos.

Worlee es un proveedor que cumple con estrictos estándares de calidad en cada etapa del proceso de elaboración hasta el contacto con sus clientes importadores.

La empresa worlee tiene varias líneas de productos y todos saludables, se dedica a la elaboración de productos cosméticos y productos para el consumo, existe gran variedad de productos en cuanto se refiere a las frutas deshidratadas. En base a las frutas secas realizan; té, bocaditos especiales, dietas para personas, entre otros.

Corporación El Rosado, es una de las empresas con un mayor monto de importación, es considerada una de las más importantes empresas del Ecuador ya que posee cadenas de supermercados en varias partes del país.

A continuación se enlista las líneas de negocios que tiene esta empresa.

- Hiper Market
- Mi comisariato
- Ferrisariato
- Rio Store
- Mi jugueteria
- Mini (Todo a mini precios)

Las frutas deshidratadas se venden principalmente en hiper market, mi comisariato y en Mini, estas son las tres líneas de negocios que ofrecen el producto de las frutas secas al consumidor final.

En las líneas de producto mencionas anteriormente se venden diferentes marcas de frutas deshidratadas como son;

- Supermaxi,
- Cecilia Rivadeneira,
- Corfruit,



➤ Solaram

El producto se lo encuentra en diferentes presentaciones como frascos, fundas y tarrinas y en diferentes tamaños, existen fundas de 85g, 165g, 300g y frascos de 150g.

**Tabla 4**  
**Importación por importador y país de origen**

<b>IMPORTADOR</b>	<b>ORIGEN</b>
CORPORACION EL ROSADO S.A.	ESTADOS UNIDOS
DELTA AIR LINES INC.	ESTADOS UNIDOS
PUSUQUI GRANDE Y ANEXOS C.A.	ALEMANIA
Total PUSUQUI GRANDE Y ANEXOS C.A.	

Fuente: (Yura Relaciones Internacionales, 2014)

Corporación El Rosado y Delta importan sus productos desde Estados Unidos, mientras que la empresa Pusuqui Grandes importa sus productos desde Alemania.

**Tabla 5**  
**Precio unitario por Kilo de producto**

<b>PROCEDENCIA</b>	<b>Total</b>
ALEMANIA	6,47
Total ALEMANIA	6,47
ESTADOS UNIDOS	8,34
Total ESTADOS UNIDOS	8,34
Total general	7,403333333

Fuente: (Yura Relaciones Internacionales, 2014)

**Nota:** Identifica los precios unitarios en valores CIF por kilo de producto.

Para Ecuador resulta más económico importar las frutas deshidratadas desde Alemania puesto que el Kilo tiene un costo de \$ 6,47 mientras que importarlo desde Estados Unidos tiene un costo de 8,34.

### 3.2 ESTUDIO DE DEMANDA FINAL

En la presente investigación se realizaron encuestas para conocer si en el país existe un consumo de frutas deshidratadas. Para el presente estudio se realizaron 198 encuestas.

**Tabla 6**  
**Consumo de frutas deshidratadas**

		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válido</b>	No	107	54,0
	Si	91	46,0
<b>Total</b>		198	100,0

**Nota:** Identifica los porcentajes de consumo de frutas deshidratadas.

En el Distrito Metropolitano de Quito el 46% de los encuestados responde consumir frutos deshidratados.

El aumento del consumo de frutas se debe a las campañas que organiza el gobierno, para que los ecuatorianos coman de una manera saludable, de esta forma el gobierno trata de cambiar los hábitos alimenticios.

Actualmente el consumo de frutas deshidratadas se lo hace para remplazar un snack por ello podemos afirmar que su consumo va en aumento comparado con años anteriores.

**Tabla 7**  
**Consumo de frutas deshidratadas por las diferentes Ocupaciones del consumidor**

			Ocupación			Total
			Ama de casa dedicada al hogar	Oficinista / Trabajador	Estudiante	
<b>Consumo</b>	No	Recuento	29	39	39	107
		% dentro de Ocupación	64,40%	47,60%	54,90%	54,00%
	Si	Recuento	16	43	32	91
		% dentro de Ocupación	35,60%	52,40%	45,10%	46,00%
<b>Total</b>	Recuento		45	82	71	198
	% dentro de Ocupación		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: (Yura Relaciones Internacionales, 2014)

Existe un mayor consumo de frutas deshidratadas entre los oficinistas y los estudiantes, el menor porcentaje de consumo de frutas deshidratadas se da en las amas al igual que en el consumo el menor porcentaje tienen las amas de casa, a nivel nacional los empleados son los que tienen una mayor demanda de frutas deshidratadas.

**Tabla 8**  
**Validación de hipótesis del consumo en función de la ocupación de la persona.**

		Valor	Aprox. Sig.
<b>Nominal por Nominal</b>	Coefficiente de contingencia	0,129	0,185
<b>N de casos válidos</b>		198	

Como se puede observar en la tabla, no existe una segmentación en lo que se refiere a la relación entre la ocupación de la persona y el consumo, es decir cada variable es independiente.

**Tabla 9**  
**Preferencia de sabores de frutas deshidratadas de acuerdo a la ocupación.**

Ocupación		Manzana	Kiwi	Banano	Durazno	Frutilla	Mezcla
<b>Ama de casa dedicada al hogar</b>	Suma	46	56		68	59	42
	% de suma total	16,30%	18,70%	17,40%	18,00%	18,00%	17,60%
<b>Oficinista / Trabajador</b>	Suma	128	141	198	182	144	105
	% de suma total	45,40%	47,00%	52,90%	48,30%	44,00%	43,90%
<b>Estudiante</b>	Suma	108	103	111	127	124	92
	% de suma total	38,30%	34,30%	29,70%	33,70%	37,90%	38,50%
<b>Total</b>	Suma	282	300	374	377	327	239
	% de suma total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

El sabor predilecto de las frutas deshidratadas que tienen las amas de casa y los oficinistas es el de durazno, mientras que el de los estudiantes es la mezcla de las

frutas, sin embargo generalizando la preferencia de sabores de las frutas, los consumidores prefieren el banano deshidratado.

Cabe recalcar que varias personas mencionaron que las manzanas deshidratadas las usan en la realización de comidas específicas.

**Tabla 10**  
**Validación de hipótesis de la preferencia de sabor en función de la ocupación de la persona.**

	<b>Eta</b>	<b>Eta cuadrada</b>
<b>Manzana * Ocupación</b>	0,116	0,014
<b>Kiwi * Ocupación</b>	0,06	0,004
<b>Banano * Ocupación</b>	0,347	0,12
<b>Durazno * Ocupación</b>	0,076	0,006
<b>Frutilla * Ocupación</b>	0,138	0,019
<b>Mezcla * Ocupación</b>	0,139	0,019

**Tabla 11**  
**Preferencia de marca de acuerdo a la ocupación del consumidor**

<b>Ocupación</b>		<b>Terrafertil</b>	<b>Supermaxi</b>	<b>Corfruit</b>
<b>Ama de casa dedicada al hogar</b>	Suma	11	10	1
	% de suma total	20,40%	16,70%	5,00%
<b>Oficinista / Trabajador</b>	Suma	27	27	10
	% de suma total	50,00%	45,00%	50,00%
<b>Estudiante</b>	Suma	9	23	16
	% de suma total	45,00%	38,30%	29,60%
<b>Total</b>	Suma	54	60	20
	% de suma total	100,00%	100,00%	100,00%

Un aspecto importante en la presente investigación es conocer el posicionamiento de las marcas de frutas deshidratadas, de acuerdo a las entrevistas realizadas la marca predominante entre los consumidores es Terrafertil, seguida de la marca Supermaxi, las dos son marcas ecuatorianas; cabe mencionar que la marca

Corfruit comercializa productos importados de Chile y de igual manera es conocida en el mercado ecuatoriano, dicha marca está posicionada en la mente de los consumidores oficinistas abarcando el 50%.

La marca Terrafertil ganó posicionamiento en la mente del consumidor por ser una de las pioneras en este tipo de producto.

Y es considerada como una de las empresas que hoy en día está colaborando con el desarrollo de la matriz productiva. Richard Espinosa, Ministro Coordinador de Producción, manifestó que “TERRAFERTIL cumple con todos los requisitos para formar parte del Cambio de la Matriz Productiva.”

**Tabla 12**  
**Validación de hipótesis de preferencia de marca en función de la ocupación de la persona.**

	<b>Eta</b>	<b>Eta cuadrada</b>
<b>Terrafertil * Ocupación</b>	0,147	0,021
<b>Supermaxi * Ocupación</b>	0,088	0,008
<b>Corfruit * Ocupación</b>	0,183	0,034

**Tabla 13**  
**Frecuencia de compra de acuerdo a la ocupación**

<b>Ocupación</b>	<b>Frecuencia de compra</b>
<b>Ama de casa dedicada al hogar</b>	7,6977
<b>Oficinista / Trabajador</b>	8,8125
<b>Estudiante</b>	10,2813
<b>Total</b>	8,8022

Concurre una mayor frecuencia de compra de frutas deshidratadas por parte de los estudiantes y de los oficinistas.

Las amas de casa no consumen con gran frecuencia este producto, se puede generalizar que el producto es adquirido 10 veces al año.

**Tabla 14**  
**Validación de hipótesis de frecuencia de compra en relación de la ocupación de la persona.**

<b>Medidas de asociación</b>		
	Eta	Eta cuadrada
<b>Frecuencia de compra * Ocupación</b>	0,23	0,053

**Tabla 15**  
**Cantidad de compra de acuerdo a la ocupación (funda pequeña)**

<b>Ocupación</b>	<b>Funda pequeña</b>
<b>Ama de casa dedicada al hogar</b>	36
<b>Oficinista / Trabajador</b>	62
<b>Estudiante</b>	60
<b>Total</b>	158

Como se había mencionado anteriormente los oficinistas y los estudiantes son los consumidores que realizan con mayor frecuencia la adquisición de este producto, los oficinistas realizan una compra de 62 funda pequeñas al año, mientras que los estudiantes adquieren 60 fundas pequeñas de frutas deshidratadas al año. Las amas de casa adquieren la menor cantidad de compra puesto que adquieren 36 fundas pequeñas al año.

**Tabla 16**  
**Validación de hipótesis de cantidad de compra de fundas pequeñas dependiendo de la ocupación.**

<b>Medidas de asociación</b>		
	Eta	Eta cuadrada
<b>Demanda1 * Ocupación</b>	0,073	0,005

**Tabla 17**  
**Cantidad de compra de acuerdo a la ocupación (funda mediana)**

Ocupación	Funda mediana
Ama de casa dedicada al hogar	95
Oficinista / Trabajador	232
Estudiante	212
<b>Total</b>	<b>539</b>

Los estudiantes son quienes realizan la mayor cantidad de compra de fundas medianas, seguido de los oficinistas y en menor cantidad las amas de casa.

**Tabla 18**  
**Validación de hipótesis de cantidad de compra de fundas medianas dependiendo de la ocupación.**

	Eta	Eta cuadrada
<b>Demanda2 * Ocupación</b>	0,183	0,034

**Tabla 19**  
**Cantidad de compra de acuerdo a la ocupación (frasco)**

Ocupación	Frasco
Ama de casa dedicada al hogar	12
Oficinista / Trabajador	74
Estudiante	49
<b>Total</b>	<b>135</b>

Los oficinistas son los consumidores que compran mayor cantidad de frutas deshidratadas en frasco, adquieren 74 frascos al año, la menor cantidad de compra se da por las amas de casa, las cuales realizan la compra de 12 frascos al año.

**Tabla 20**  
Validación de hipótesis de cantidad de compra frascos dependiendo de la ocupación.

	Eta	Eta cuadrada
<b>Demanda3 *</b> <b>Ocupación</b>	0,089	0,008

**Tabla 21**  
Motivos por los cuales consume frutas deshidratadas

Ocupación		Cuidado de la salud	Reemplazo de golosinas	Realizar comidas específicas
<b>Ama de casa dedicada al hogar</b>	Suma	29	25	42
	% de suma total	16,90%	16,70%	18,80%
<b>Oficinista / Trabajador</b>	Suma	108	68	82
	% de suma total	48,20%	45,30%	47,70%
<b>Estudiante</b>	Suma	61	57	74
	% de suma total	35,50%	38,00%	33,00%
<b>Total</b>	Suma	172	150	224
	% de suma total	100,00%	100,00%	100,00%

Cada comprador tiene un motivo para consumir las frutas deshidratadas, en el caso de las amas de casa, el motivo principal para adquirir y consumir frutas secas es para realizar comidas específicas, debemos recordar que este producto tiene mayor adquisición en el mes de diciembre para realizar diferentes comidas acorde a la época navideña.

Los oficinistas consumen este producto por cuidado de su salud, no debemos olvidar que las frutas deshidratadas son ricas en fibra y aporta varios beneficios para la salud.

En el caso de los estudiantes el motivo de su consumo es para reemplazar a las golosinas, pues bien las frutas deshidratadas son consideradas como un snack, y a diferencia de un snack tradicional, este es saludable.



**Tabla 22**  
Validación de hipótesis de motivo de consumo en función de la ocupación.

	Eta	Eta cuadrada
<b>Cuidado de la salud *</b> <b>Ocupación</b>	0,046	0,002
<b>Reemplazo de golosinas *</b> <b>Ocupación</b>	0,137	0,019
<b>Realizar comidas específicas *</b> <b>Ocupación</b>	0,16	0,026

**Tabla 23**  
Selección del producto de acuerdo a su presentación según la ocupación del consumidor.

			<b>Ocupación</b>			<b>Total</b>
			Ama de casa dedicada al hogar	Oficinista / Trabajador	Estudiante	
<b>Presentación del producto</b>	Frasco	Recuento	1	8	5	14
		% dentro de Ocupación	6,30%	18,60%	15,60%	15,40%
	Funda	Recuento	15	35	27	77
		% dentro de Ocupación	93,80%	81,40%	84,40%	84,60%
<b>Total</b>	Recuento	16	43	32	91	
	% dentro de Ocupación	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

La presentación de frutas deshidratadas al consumidor final existe en frasco y en funda. Al momento de adquirir frutas deshidratadas, los consumidores prefieren comprar en fundas, son bajos los porcentajes de los consumidores que prefieren adquirir el producto en frasco.

El motivo por los cuales las personas prefieren adquirir el producto en funda es por comodidad al momento de transportarlos de la casa a la oficina o a la escuela.

**Tabla 24**  
Validación de hipótesis de preferencia de presentación del producto en función de la ocupación.

		Valor	Aprox. Sig.
<b>Nominal por Nominal</b>	Coeficiente de contingencia	0,122	0,504
<b>N de casos válidos</b>		91	

**Tabla 25**  
Motivos por los cuales no consumen frutas deshidratadas

Ocupación			Falta de información del producto	Por el precio	No es de su gusto	Prefiere la fruta en su estado normal	Total
Ama de casa dedicada al hogar	Recuento	10	8	4	7	29	
	% dentro de Motivos no consumo	22,70%	38,10%	17,40%	38,90%	27,10%	
Oficinista / Trabajador	Recuento	21	4	7	6	39	
	% dentro de Motivos no consumo	47,70%	19,00%	30,40%	33,30%	36,40%	
Estudiante	Recuento	9	12	13	5	39	
	% dentro de Motivos no consumo	42,90%	52,2%	29,50%	27,80%	36,40%	
Recuento		44	21	23	18	107	

Cada consumidor tiene sus razones por las cuales no consumen frutas deshidratadas, en el caso de las amas de casa prefieren consumir la fruta en su estado normal y también una de las razones para no consumir frutas secas es por su precio, los oficinistas no consumen por falta de información del producto y por ello prefieren consumir la fruta en su estado normal y los estudiantes no consumen por el precio que tiene dicho producto.

**Tabla 26**  
**Validación de hipótesis de los motivos de no consumo en función de la ocupación**

		Valor	Aprox. Sig.
<b>Nominal por Nominal</b>	Coefficiente de contingencia	0,251	0,1
<b>N de casos válidos</b>		198	

**Tabla 27**  
**Disponibilidad de consumo de manzana deshidratada**

			Disponibilidad – compra – manzana		Total
			NO	Si	
<b>Ocupación</b>	Ama de casa dedicada al hogar	Recuento	10	19	29
		% dentro de Disponibilidad – compra – manzana	18,90%	35,20%	27,10%
	Oficinista / Trabajador	Recuento	18	21	39
		% dentro de Disponibilidad – compra – manzana	33,30%	39,60%	36,40%
	Estudiante	Recuento	22	17	39
		% dentro de Disponibilidad – compra – manzana	41,50%	31,50%	36,40%
<b>Total</b>		Recuento	53	54	107
		% dentro de Disponibilidad – compra – manzana	100,00%	100,00%	100,00%

Se puede generalizar que si hay la disponibilidad de consumo de manzana deshidratada, ya que los oficinistas y las amas de casa si están dispuestos a consumir, de lo contrario los estudiantes no están dispuesto a consumir manzana deshidratada.

**Tabla 28**  
Validación de hipótesis de consumo de manzana deshidratada en función de la ocupación

		Valor	Aprox. Sig.
<b>Nominal por Nominal</b>	Coefficiente de contingencia	0,182	0,161
<b>N de casos válidos</b>		107	

**Tabla 29**  
Disponibilidad consumo kiwi deshidratado

			Disponibilidad – compra – kiwi		Total
			NO	SI	
<b>Ocupación</b>	Ama de casa dedicada al hogar	Recuento	18	11	29
		% dentro de Disponibilidad – compra – kiwi	28,60%	25,00%	27,10%
	Oficinista / Trabajador	Recuento	21	18	39
		% dentro de Disponibilidad – compra – kiwi	33,30%	40,90%	36,40%
	Estudiante	Recuento	24	15	39
		% dentro de Disponibilidad – compra – kiwi	38,10%	34,10%	36,40%
<b>Total</b>		Recuento	63	44	107
		% dentro de Disponibilidad – compra – kiwi	100,00%	100,00%	100,00%

Por medio de las entrevistas realizadas al consumidor final que no consume frutas deshidratadas podemos concluir que no existe la disponibilidad de consumo de kiwi deshidratado.

Si bien es cierto el kiwi es una fruta no tradicional, y al ser una fruta exótica puede ser el motivo por el cual no exista una disponibilidad de consumo.

**Tabla 30**  
Validación de hipótesis de disponibilidad de consumo de kiwi deshidratada en función de la ocupación

		Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	0,077	0,725
N de casos válidos		107	

**Tabla 31**  
Disponibilidad de consume de mezcla de frutas deshidratadas

			Disponibilidad compra		Total
			_Mezcla		
			NO	SI	
<b>Ocupación</b>	Ama de casa dedicada al hogar	Recuento	12	17	29
		% dentro de Disponibilidad_compra_Mezcla	30,00%	25,40%	27,10%
	Oficinista / Trabajador	Recuento	14	25	39
		% dentro de Disponibilidad_compra_Mezcla	35,00%	37,30%	36,40%
	Estudiante	Recuento	14	25	39
		% dentro de Disponibilidad_compra_Mezcla	35,00%	37,30%	36,40%
<b>Total</b>		Recuento	40	67	107
		% dentro de Disponibilidad_compra_Mezcla	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Como podemos observar los oficinistas y los estudiantes si están dispuestos a consumir mezcla de frutas deshidratadas, con un 37% de posibilidad a diferencia de las amas de casa que tienen una posibilidad nula del 30%, cabe mencionar que por lo general las amas de casa por costumbre y tradición tiene preferencia por la fruta es su estado normal, puesto que así fueron enseñadas a consumirlas por parte de sus familiares.

**Tabla 32**  
**Validación de hipótesis de disponibilidad de consumo de mezcla de frutas deshidratadas en función de la ocupación**

<b>Medidas simétricas</b>			
		<b>Valor</b>	<b>Aprox. Sig.</b>
<b>Nominal por Nominal</b>	Coeficiente de contingencia	0,05	0,873
<b>N de casos válidos</b>		107	

3.3 POSTER CIENTIFICO



## **CAPÍTULO 4 DISCUSIÓN**

### **4.1 CONCLUSIONES**

- El consumo de frutas deshidratadas pasa a ser una inversión y deja de ser un gasto cuando se conocen los beneficios que su consumo aporta para la salud.
- El consumidor busca productos de buena calidad y al no encontrarlos en el país propio opta por adquirir un producto importado.
- Ecuador es un país privilegiado por su ubicación geográfica, por lo cual tiene variedad de frutas que son apetecidas en países vecinos.
- No existe consumo nacional significativo de frutas deshidratadas.
- Son varios los beneficios que aporta el consumir frutas deshidratadas entre ellas las importante, ayuda a una correcta digestión.
- La producción de frutas deshidratadas conlleva un proceso artesanal, a través de la luz solar. Sin embargo actualmente dicho proceso puede realizarse con ayuda de la tecnología.
- Para sustituir importaciones el estado protege e incentiva la producción nacional, actualmente estableció un porcentaje de salvaguardia del 45% a las frutas deshidratadas.
- Los mayores proveedores de frutas deshidratadas son Alemania y Estados Unidos. Sin embargo Ecuador también exporta frutas deshidratadas.



- Corporación el Rosado es la empresa que realiza las mayores importaciones del producto estudiando.
- No existe una diferencia significativa de precio de importación de Frutas deshidratadas de Alemania y de Estados Unidos.
- Los oficinistas son quienes consumen más las frutas deshidratadas. La principal razón del consumo de frutas deshidratadas se debe al cuidado de la salud. Las amas de casa adquieren frutas deshidratadas para realizar comidas específicas, mientras que los estudiantes lo hacen para remplazar golosinas.
- La marca de frutas deshidratadas que se encuentra posicionada en la mente del consumidor es Terrafertil.
- Los consumidores prefieren adquirir una funda tipo snack de frutas deshidratadas, por su comodidad al transportarlos a cualquier lugar.
- El principal motivo por el cual no existe consumo de frutas deshidratadas es el precio.
- Existe disponibilidad de consumo de frutas deshidratadas por parte de las personas que no las han consumido.

#### **4.2 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Desarrollado el presente trabajo se pueden plantear nuevas líneas y proyectos de investigación; de igual manera estas líneas de investigación pueden estar segmentadas bajo otros aspectos como son socio económicos o psicológicos.

- Plan de estudio de análisis de las características técnicas de las frutas deshidratadas.
- Proyectos que incentiven el consumo de alimentos saludables bajos en azúcares.
- Estudio de los niveles nutritivos y sus beneficios de las frutas deshidratadas.
- Estudio de la factibilidad para la creación de una asociación de comerciantes de frutas deshidratadas con una visión exportadora.
- Estudio de la oferta exportable de frutas deshidratadas.
- Análisis del vínculo comercial y social que genera el consumo de las frutas deshidratadas.
- Plan de estudios de las características técnicas de alimentos con altos niveles de fibra.

## BIBLIOGRAFÍA

- La gran enciclopedia de la economía. (2000, Octubre 13). *Importaciones*. Retrieved from La gran enciclopedia de la economía:  
<http://www.economia48.com/spa/d/importacion/importacion.htm>
- Agronegocios. (2015, Abril 25). *Consumo de frutas deshidratadas*. Retrieved from Agronegocios: <http://agronegociosecuador.ning.com/page/el-consumo-de-fruta-deshidratada-crece-en-el-pais>
- Anderson, S. J. (2004). *Cálculo del tamaño de la muestra*. Barcelona.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008, Octubre 20). *Relaciones Internacionales*. Retrieved from Constitución de la Republica del Ecuador.
- Brown, N. D. (2010, Septiembre). *La teoría de Localización*. Retrieved from La teoría de la Localización:  
[http://riscd2.eco.ub.es/~nduch/postgrau\\_archivos/Duch\\_localizacion.pdf](http://riscd2.eco.ub.es/~nduch/postgrau_archivos/Duch_localizacion.pdf)
- CAN. (1969, Mayo 26). *Arancel Integrado de Importaciones*. Retrieved from Comunidad Andina de Naciones:  
<http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=118&tipo=TE&title=arancel-integrado-andino-arian>
- Codd, E. (2008). *Modelo Relacion de las bases de datos*. Cali: Instituto tecnológico metropolitano.
- COPCI. (2010). *Medidas arancelarias*. Retrieved from Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- De la Torre, A. M. (2004). *Nutricion y Metabolismo en trastornos de la conducta alimentaria*. Barcelona: Glosa.
- Deficiones abc. (2010, Agosto 12). *Terminos comerciales*. Retrieved from Definición abc:  
<http://www.definicionabc.com/economia/consumo.php>
- Definiciones.de. (2007, Enero 12). *Comercio Internacional*. Retrieved from Definiciones.de:  
<http://definicion.de/comercio-internacional/>
- Depositphotos. (2009). *Preparados de frutas deshidratadas*. Retrieved from [http://sp.depositphotos.com/portfolio-1889887.html?utm\\_source=shareasale&utm\\_medium=cpa&utm\\_campaign=389818](http://sp.depositphotos.com/portfolio-1889887.html?utm_source=shareasale&utm_medium=cpa&utm_campaign=389818)
- Fernandez, A. N. (2001). *Precio y Valor*. Buenos Aires: Ugerman Editor. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=6nKRudCSnlsC&printsec=frontcover&dq=Fern%C3%A1ndez+y+Lo%C3%ADacono+%282001%29&hl=es&sa=X&ei=XAwmVdr8HYafsAX6-IG4Bw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Fern%C3%A1ndez%20y%20Lo%C3%ADacono%20%282001%29&f=false>

- Fisher, I. (1953). *La teoría del Interés*. Ediciones Acosta.
- Friedman. (2006, Noviembre 18). *Hipótesis del ingreso permanente*. Retrieved from Asuntos Capitales: <http://www.asuntoscapitales.com/articulo.asp?ida=1613>
- Gonzales, E. (2003). In *Alimentación Saludable* (p. 73). Bogota: Universidad de Colombia.
- Imágenes Google. (2000, Julio 17). *Frutos secos*. Retrieved from [https://www.google.com.ec/search?q=frutas+deshidratadas&biw=1366&bih=608&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ\\_AUoAWoVChMIoZLC9PHexgIVTxaSCh13pAU9#imgdii=VEB74DGvH0wAQM%3A%3BVEB74DGvH0wAQM%3A%3BFJpwtoAzBSJCM%3A&imgcr=VEB74DGvH0wAQM%3A](https://www.google.com.ec/search?q=frutas+deshidratadas&biw=1366&bih=608&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIoZLC9PHexgIVTxaSCh13pAU9#imgdii=VEB74DGvH0wAQM%3A%3BVEB74DGvH0wAQM%3A%3BFJpwtoAzBSJCM%3A&imgcr=VEB74DGvH0wAQM%3A)
- Keynes. (1992). *Teoría general de la ocupación el interés y el dinero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura económica.
- Keynes. (1996). *Elasticidad de consumo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Kravis Irving. (1956). *Availability and other influences on the commodity composition of trade*. London: University Press.
- Lambin, J. J. (2003). *Marketing Estratégico*. Madrid: esic editorial.
- Laza, S. (2012). *Principales teorías del comercio Internacional*. Retrieved from <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/No3/Preguataclasicos.htm>
- Leyva, E. (2004). *Importación y Exportación*. México: isef.
- MCPEC. (2012). *Desarrollo productivo del país*. Retrieved from Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad: <http://www.produccion.gob.ec/primero-ecuador-marca/>
- Mendoza, A. (2003, Abril 14). *Proceso de deshidratación*. Retrieved from Gastronomiasolar: <http://gastronomiasolar.com/deshidratar-frutas-alimentos/>
- Mercurio Diario independiente. (2015, Marzo 10). *Inquietud ciudadana por nuevo impuesto a bienes importados*. Retrieved from <http://www.elmercurio.com.ec/470767-inquietud-ciudadana-por-nuevo-impuesto-a-bienes-importados/#.VaiWyPnkfIU>
- MPS. (2014). *Estándares de calidad*. Retrieved from Ministerio de la protección social: <http://mps1.minproteccionsocial.gov.co/evtmedica/linea%207/3.1estandares.html>
- MSP. (2014, Noviembre). *Malos hábitos alimenticios*. Retrieved from Ministerio de salud pública: <http://www.salud.gob.ec/feria-de-alimentacion-saludable-y-acreditacion-internacional-a-hospital-de-tulcan-en-dia-mundial-de-la-salud/>
- noticias EFE. (2006, Noviembre). *Deshidratación Artesanal*. Retrieved from Alimentaria Online: <http://alimentariaonline.com/2006/12/18/chips-de-fruta-como-alternativa-a-las-golosinas-para-ninos/>
- OMC. (1994). *Medidas Salvaguardias*. Retrieved from Organización Mundial de Comercio: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/safeg\\_s/safeg\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_s.htm)
- Pablo, D. (2009, Mayo). *Zona Económica*. Retrieved from Zona Económica: <http://www.zonaeconomica.com/teoria-keynesiana>

- Proecuador. (2013, Marzo). *Balanza Comercial*. Retrieved from Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Revista Lideres. (2014). *La fruta fresca se suma consumidores locales*. Retrieved from <http://www.revistalideres.ec/lideres/fruta-seca-suma-consumidores-locales.html>
- Ricardo, D. (1975). *Principios de Economía Política y Tributaria*. Madrid: ediuoc.
- Ricardo, D. (1975). *Ventaja Comparativa*. Barcelona: ediuoc.
- SENPLADES. (2013). *Cambio de la matriz productiva*. Retrieved from Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo: <http://www.planificacion.gob.ec/>
- Smith, A. (1991). *Teorías de Comercio Internacional*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Tamayo, M., & Tamayo. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Teignier, M. (2002, Junio 14). *Macrointermedia*. Retrieved from Macrointermedia: [http://www.marcteignier.com/files/MacroInt\\_slides.pdf](http://www.marcteignier.com/files/MacroInt_slides.pdf)
- Terpstra. (2000, Agosto). *Marketing Internacional*. Retrieved from Marketing Internacional Comercial: [http://fccee.ugr.es/pages/guias\\_didacticas/le/139k2/!](http://fccee.ugr.es/pages/guias_didacticas/le/139k2/)
- Thunen Von. (1826). *Teoría de la localización*. San Jose: iica.
- Tierra, A. (2003). *Cálculo de la elasticidad del consumo-ahorro*. Guayaquil: Eskeletra.
- Yerai, A. (2013, Febrero). *Correcta nutrición*. Retrieved from Estilopaleo.com: <http://www.estilopaleo.com/2013/02/leptina-la-hormona-del-hambre-como.html>

