



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

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

**CARRERA DE COMERCIO Y MARKETING**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO Y  
MARKETING**

**TEMA: “POTENCIALIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA DE MARACUYÁ A LA  
UNIÓN EUROPEA”**

**AUTOR: CAÑIZARES PAZMIÑO, JENIFFER**

**DIRECTOR: ING. CÓRDOVA SAMANIEGO, ARCENIO  
FLORESMILO**

**SANGOLQUÍ  
2018**



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

**CARRERA DE COMERCIO Y MARKETING**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo titulado, ***“POTENCIALIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA DE MARACUYÁ A LA UNIÓN EUROPEA”*** fue realizado por la señorita ***Cañizares Pazmiño, Jeniffer*** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

**Sangolquí, 13 noviembre 2017**



**Ing. Arcenio Floresmilo Córdova Samaniego**  
**C. C. 0301021887**  
**DIRECTOR**



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

**CARRERA DE COMERCIO Y MARKETING**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, *Cañizares Pazmiño, Jeniffer* declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *“Potencialidad de la Producción y Comercialización de la pulpa de maracuyá a la Unión Europea”* es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

**Sangolquí, 13 noviembre 2017**

-----  
**Jeniffer Cañizares Pazmiño**

**C.C: 1724098510**



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

**CARRERA DE COMERCIO Y MARKETING**

### **AUTORIZACIÓN**

*Yo, Cañizares Pazmiño, Jeniffer autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: “Potencialidad de la Producción y Comercialización de la pulpa de maracuyá a la Unión Europea” en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.*

**Sangolquí, 13 noviembre 2017**



**Jeniffer Cañizares Pazmiño**

**C.C: 1724098510**



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

**CARRERA DE COMERCIO Y MARKETING**

**DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo, se lo dedico con mucho amor a mis queridos padres pilares fundamentales en el crecimiento personal y profesional, sin duda alguna mi madre Juana ha sido a lo largo de mis 26 años de vida un ejemplo de amor que juntamente con mi padre Víctor han logrado inculcar en mí valores que me han llevado a escalar el éxito personal y profesional ustedes son mis ganas de superarme y poderles agradecer día a día todo lo que hicieron y hacen por mí. No puedo dejar de lado a mis queridos hermanos Alexander, Erika, David y Christopher que junto a mis queridos sobrinos, cuñadas y cuñado han estado presente en cada instante de esta etapa brindándome su apoyo constante.

Es propicio también agradecer a la hermana que me regalo la vida Tatiana tu eres un claro ejemplo que no importa las circunstancia que la vida nos impone esta en uno salir adelante luchar por sus sueños.

**Jeniffer Cañizares Pazmiño**

**C.C: 1724098510**



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

**CARRERA DE COMERCIO Y MARKETING**

**AGRADECIMIENTO**

Sin duda alguna Dios ha sido mi guía en todo momento soy fiel creyente que gracias a sus bendiciones estoy en donde estoy. Quiero expresar en estas líneas mi total agradecimiento a mi tutor Ing. Arcenio Córdova, hombre culto de gran corazón que a lo largo de estos meses me ha instruido académicamente para lograr en conjunto la finalización de este proyecto de investigación no existen palabras para agradecer su ayuda y preocupación es por ello por lo que se ha ganado mis más profundos sentimiento de agradecimiento. Sin dejar de lado a la Universidad templo del saber que me acogió para darme la oportunidad de formarme como profesional. A todos nuestros directores, coordinadores y profesores un profundo agradecimiento ya que sin sus conocimientos impartidos no sería posible llegar a culminar este arduo camino. Quiero agradecer también a mi gran amigo y compañero Jaime Velasco que a lo largo de 8 años de estudios me ha acompañado fielmente siendo mi apoyo constante de toda esta experiencia nos queda una amistad para toda la vida.

**Jeniffer Cañizares Pazmiño**

**C.C: 1724098510**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>i</b>
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORIZACIÓN.....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>xiii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Delimitación del Problema.....	2
1.2.1 Objeto del estudio: Enfoque Cartesiano.....	2
1.3 Planteamiento del Problema.....	2
1.3.1 Relación Causa Efecto .....	4
1.4 Objetivos. ....	5
1.4.1 Objetivo general. ....	5
1.4.2 Objetivos específicos.....	5
1.5 Justificación del estudio. ....	5

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>9</b>
<b>MARCO TEÓRICO. ....</b>	<b>9</b>
2.1 Introducción .....	9
2.2 Teorías de Soporte.....	10
2.2.1 Teoría del Comercio Internacional.....	10
2.2.2 Teoría de ventaja competitiva. ....	12
2.3 Marco Referencial .....	14
2.4 Contexto y Lugar donde se Desarrolla el Estudio.....	18
2.5 Delimitación Temporal. ....	18
2.6 Datos generales de la Provincia y del Cantón. ....	20
2.7 Comercios al por mayor y menor registrados en el SRI .....	24
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>26</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>26</b>
3.1 Introducción .....	26
3.2 Enfoque de la Investigación. ....	26
3.3 Tipología de la Investigación. ....	28
3.3.1 Por su finalidad Aplicada. ....	28
3.3.2 Por las fuentes de información: Documental. ....	28
3.3.3 Por alcance: Correlacional. ....	29
3.4 Hipótesis.....	30
3.4.1 Hipótesis Nula:.....	30
3.4.2 Hipótesis alternativa:.....	30

3.5 Medios para la Recolección y Análisis de Datos.....	30
3.6 Instrumentos.....	33
3.6.1 Revisión Bibliográfica y Análisis de Base de Datos.....	33
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>34</b>
<b>ANÁLISIS DE DATOS.....</b>	<b>34</b>
4.1 Introducción .....	34
4.2 PIB de la Unión Europea.....	34
4.3 Balanza comercial Ecuador con la Unión Europea.....	37
4.4 Acuerdo Multipartes Ecuador- Unión Europea.....	38
4.4.1 Requisito de etiquetado de productos alimenticios a la Unión Europea.....	39
4.4.2 Exigencia de productos a la Unión Europea.....	41
4.4.3 Los Controles Oficiales .....	41
4.4.4 Tipo de Cambio.....	43
4.4.5 Logística.....	45
4.5 Análisis del comercio exterior en el Ecuador.....	47
4.5.1 Exportaciones totales según clasificación CUCI.....	47
4.5.2 Exportaciones No Petroleras.....	49
4.5.3 Exportaciones No Petroleras según Principales Mercados de Destino .....	50
4.5.4 Exportaciones No Petroleras por Principales Productos.....	51
4.6 Situación Comercial entre Ecuador y la Unión Europea.....	52
4.6.1 Barreras comerciales de acceso a la Unión Europea.....	53
4.6.2 Tipos de Barreras no arancelarias impuestas por la Unión Europea.....	54

4.7 Características de los Consumidores.....	57
4.8 Análisis de la Producción Nacional del Maracuyá.....	59
4.8.1 Producción Nacional del Maracuyá. ....	59
4.8.2 Superficie Plantada.....	60
4.8.3 Superficie Cosechada del Maracuyá. ....	63
4.8.4 Ventas Nacionales del Maracuyá. ....	65
4.9 Análisis de las Exportaciones del Maracuyá.....	66
4.10 Comprobación de la Hipótesis .....	68
4.10.1 Interpretacion de la Hipótesis.....	69
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>70</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>70</b>
5.1 Introducción .....	70
5.2 Justificación.....	70
5.3 Objetivos .....	71
5.3.1 Objetivo general .....	71
5.3.2 Objetivos específicos.....	71
5.4 Metodología .....	71
5.5 Desarrollo de la Propuesta.....	72
5.5.1 Capacitación e Información Comercial.....	72
5.5.2 Componente Promocional Comercial y de Exportaciones.....	73
5.5.3 Campañas Nacionales e Internacional de Productos Agroalimentario .....	74
5.5.4 Promoción, Gestión y Trámite de Marcas Colectivas.....	74

5.5.5 Herramientas de Información.....	75
5.5.6 Canal de Comercialización.....	77
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>79</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>79</b>
6.1 Introducción .....	79
6.2 Conclusiones .....	79
6.3 Recomendaciones.....	80
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones</i> .....	14
<b>Tabla 2</b> <i>Matriz Papers Base</i> .....	15
<b>Tabla 3</b> <i>Matriz Papers 1</i> .....	16
<b>Tabla 4</b> <i>Matriz Papers 2</i> .....	17
<b>Tabla 5</b> <i>División Política-Administrativa</i> .....	21
<b>Tabla 6</b> <i>Parroquias del Cantón la Concordia</i> .....	22
<b>Tabla 7</b> <i>Principales Productos</i> .....	23
<b>Tabla 8</b> <i>Superficie, Producción y Rendimiento -Maracuyá</i> .....	24
<b>Tabla 9</b> <i>Operacionalización de Variables</i> .....	32
<b>Tabla 10</b> <i>Países Miembros de la Unión Europea</i> .....	36
<b>Tabla 11</b> <i>Índices Económicos de la Unión Europea</i> .....	37
<b>Tabla 12</b> <i>Requisitos de Etiquetado</i> .....	40
<b>Tabla 13</b> <i>Exportaciones según clasificación Cuci (miles usd Fob)</i> .....	48
<b>Tabla 14</b> <i>Principales exportaciones no petroleras (miles usd Fob)</i> .....	52
<b>Tabla 15</b> <i>Productos Exportados a la Unión Europea por Partida Arancelaria</i> .....	53
<b>Tabla 16</b> <i>Perfil de Consumidor de la Unión Europea</i> .....	58
<b>Tabla 17</b> <i>Producción Cultivos Permanentes</i> .....	60
<b>Tabla 18</b> <i>Superficie Plantada de Cultivos Permanente por Hectáreas</i> .....	61
<b>Tabla 19</b> <i>Superficie Plantada por Provincias</i> .....	62
<b>Tabla 20</b> <i>Superficie Cosechada de Cultivos Permanentes por Hectáreas</i> .....	64
<b>Tabla 21</b> <i>Ventas de Cultivos Permanentes por Toneladas Métricas</i> .....	65

<b>Tabla 22</b> <i>Evolución de la Exportación de la Pulpa de Maracuyá</i> .....	66
<b>Tabla 23</b> <i>Cuadro Comparativo de Exportación Versus la Producción</i> .....	68
<b>Tabla 24</b> <i>Correlación de Pearson</i> .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i><b>Figura 1</b></i> Árbol de Problemas .....	4
<i><b>Figura 2</b></i> Ventaja Competitiva .....	12
<i><b>Figura 3</b></i> Zona 4 Pacífico: División Político Administrativa (Distritos y Circuitos).....	20
<i><b>Figura 4</b></i> Principales Cultivos en la Provincia de Santo Domingo .....	22
<i><b>Figura 5</b></i> Establecimientos por Actividad Económica.....	25
<i><b>Figura 6</b></i> Países Miembros de la Unión Europea.....	35
<i><b>Figura 7</b></i> Balanza Comercial Ecuador y la Unión Europea .....	38
<i><b>Figura 8</b></i> Principales rutas transporte marítimo hacia la Unión Europea .....	46
<i><b>Figura 9</b></i> Exportaciones No Petroleras ecuatorianas.....	49
<i><b>Figura 10</b></i> Exportaciones No Petroleras Principales destinos (miles usd fob) .....	50
<i><b>Figura 11</b></i> Exportaciones No Petroleras, Mercado de destino (Fob) .....	51
<i><b>Figura 12</b></i> Producción Cultivos Permanentes por Toneladas .....	60
<i><b>Figura 13</b></i> Superficie Plantada de Cultivos Permanentes .....	61
<i><b>Figura 14</b></i> Superficie Plantada por Región .....	63
<i><b>Figura 15</b></i> Superficie Cosechada de Cultivos Permanentes.....	64
<i><b>Figura 16</b></i> Ventas Cultivos Permanentes .....	65
<i><b>Figura 17</b></i> Evolución de la Exportación de la Pulpa del Maracuyá .....	67
<i><b>Figura 18</b></i> Participación de la Pulpa Maracuyá en el Mercado Exterior .....	67
<i><b>Figura 19</b></i> Exportación Versus la Producción.....	69
<i><b>Figura 20</b></i> Capacitación e Información Comercial .....	72
<i><b>Figura 21</b></i> Componente Promocional Comercial y de Exportaciones .....	73

<b><i>Figura 22</i></b> Campañas Nacionales e Internacional de Productos Agroalimentario.....	74
<b><i>Figura 23</i></b> Promoción, Gestión y Trámite de Marcas Colectivas .....	74
<b><i>Figura 24</i></b> Canal de Comercialización .....	77

## **RESUMEN**

El proyecto que a continuación se presenta contiene la información necesaria para implementar una estrategia de producción y comercialización de la pulpa de maracuyá ecuatoriana con fines de exportación a la Unión Europea, lo cual representa un negocio en crecimiento, que a nuestro país le está dando reconocimiento en el mercado internacional de las frutas, por ser uno de los principales países productores de esta. Dentro del estudio se detallará la evolución de la producción, y exportación, considerando la importancia y perfil de la calidad que exigen nuestros compradores, destacando que el proyecto ha revisado el cumplimiento de todas las normas y regulaciones vigentes para ser aceptado en el país de destino. La comercialización de la pulpa del maracuyá es un estudio empírico basado en revisión de documentos y comparación de resultados, que tiene como objetivo potencializar la producción y exportación de la pulpa de maracuyá a la Unión Europea. En la comparación constarán datos cuantitativos con respecto a exportaciones, aranceles, entre otros y datos cualitativos relacionados a la normativa de comercialización de los bloques como desgravación arancelaria o normas de origen. A través de este instrumento se busca el crecimiento del sector agrícola, fomentando las exportaciones en mercados tradicionales y nuevos, fortaleciendo la asociatividad y las alianzas entre actores como los organismos gubernamentales y productor.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **POTENCIALIDAD**
- **MARACUYÁ**
- **EXPORTACIÓN**
- **COMERCIALIZACIÓN**

## **ABSTRACT**

The project that is presented below contains the necessary information to implement a production and marketing strategy for the Ecuadorian passion fruit pulp for export to the European Union, which represents a growing business, which is being recognized by our country in the international fruit market, as one of the main producers of this. Within the study will be detailed the evolution of production, and export, considering the importance and profile of the quality that our buyers demand, highlighting that the project has reviewed the compliance of all the rules and regulations in force to be accepted in the country of destination. The marketing of passion fruit pulp is an empirical study based on review of documents and comparison of results, which aims to potentiate the production and export of passion fruit pulp to the European Union. The comparison will include quantitative data regarding exports, tariffs, among others, and qualitative data related to the commercialization of blocks as tariff elimination or rules of origin. Through this instrument, the growth of the agricultural sector is sought, fostering exports in traditional and new markets, strengthening associativity and alliances between actors such as government agencies and producers.

### **KEYWORDS:**

- **POTENTIALITY**
- **PASSION FRUIT**
- **EXPORT**
- **COMMERCIALIZATION**

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Antecedentes**

De acuerdo con la información emitida por el Ministerio de Comercio Exterior, la exportación del maracuyá como producto no tradicional representa entre un 60% y 80% de los ingresos generados para el país, siendo Estados Unidos su principal destino, producto que es altamente demandado en el mercado internacional.

Por ello es importante el análisis de los aspectos, legales, sociales y económicos que demanda el mercado internacional, especialmente el mercado europeo que apoyados en el Acuerdo Comercial, se puede incrementar las exportaciones de este producto, en estado natural o en productos derivados.

La propuesta de potencializar la producción y comercialización de la pulpa de maracuyá permitirá al país y especialmente a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, incrementar las posibilidades de integrarse al mercado internacional con un producto de calidad, minimizando los riesgos económicos en el campo de la inversión agrícola y mejorando la competitividad en los mercados.

## **1.2 Delimitación del Problema.**

### **1.2.1 Objeto del estudio: Enfoque Cartesiano.**

Para el presente caso se ha considerado como objeto de estudio el método cartesiano que tiene como referencias dos elementos distintos: razón y matemáticas.

- a.** La razón: Se pretende, desde el uso de la razón individual, restaurar el orden social y aunar criterios en el ámbito del conocimiento. Pero la razón necesita una regla y un método que nos aporte certeza a la hora de obtener resultados mediante el razonamiento y así dirigir al espíritu y estructurar la sociedad y el saber.
- b.** Influencia de las matemáticas: Creadora de un orden nuevo natural, puesto que, promueve sólo a la razón como herramienta posible. De ahí que las matemáticas se conviertan en el modelo a seguir.

El resultado de unir razón y matemáticas permite: dividir cada uno de los problemas en tantas partes como sea posible para obtener una mejor solución.

## **1.3 Planteamiento del Problema.**

Ecuador afronta diferentes problemáticas de orden social y económico en cuanto a la producción y comercialización de productos agrícolas.

Según el ex ministro de Agricultura y Ganadería (Javier, 2016), uno de los principales problemas de producción del país surge al comparar el uso actual de la tierra con su uso potencial, se encuentra que existe conflicto de uso. Es decir, áreas que siendo aptas para determinado uso, son utilizadas para un fin diferente luego un estudio se pudo asegurar que sólo

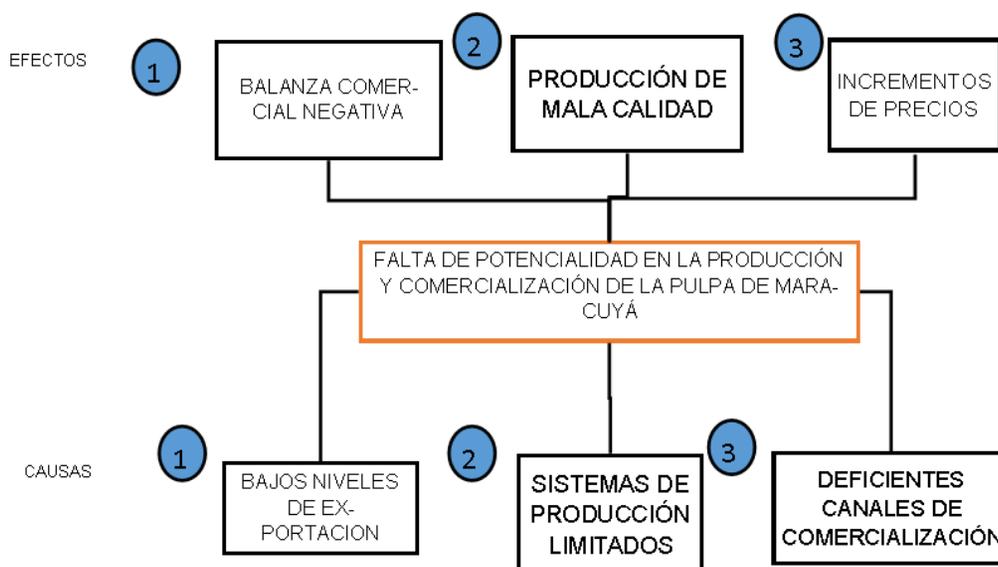
el 34% del área aprovechada tiene un empleo adecuado, el 66% restante no está bien utilizada, es decir las áreas aptas para cultivos se utilizan para pastos o bosques y reforestación y las áreas aptas para bosques y reforestación se utilizan para pastos; ello limita el aprovechamiento pleno de su potencial productivo.

Otro problema que identifica el exministro es la producción agropecuaria ecuatoriana se caracteriza por ser muy heterogénea respecto al desarrollo tecnológico: hay un gran segmento de productores con casi nulo uso de tecnología, un segmento intermedio con bajo uso de tecnología y, en contraste, un pequeño segmento de productores que usan alta tecnología.

Debido a la debilidad y segmentación de los mercados mayoristas provinciales, seccionales y locales e incluso en algunos casos a su ausencia, pequeños y medianos productores campesinos tienen poco acceso a los mercados nacionales e internacionales más dinámicos, aun cuando tengan productos o servicios únicos las limitaciones en los sistemas de comercialización y otros apoyos gubernamentales las empresas reducen la posibilidad de que incursionen en esos mercados de mayor dimensión.

Adicionalmente, la poca disponibilidad de insumos y servicios de apoyo a la comercialización en las zonas de pequeña producción favorece un sistema de intermediación que tiene altos costos de transacción para hacer sus adquisiciones y concentrar la producción. (Manuel Chiriboga Vega, 2015)

Santo Domingo de la Tsáchilas al ser una provincia en constante crecimiento urbano se ve envuelta en un rápido proceso de urbanización, y crecimiento poblacional reduciendo así el área de suelo utilizado para la producción, ocasionando que los intermediarios saquen provecho de esto al comercializar productos que traen de otras provincias a precios más elevados.



*Figura 1* Árbol de Problemas

### 1.3.1 Relación Causa Efecto

Utilizando la metodología árbol de problemas se identifica las siguientes causas y efectos que no permiten una producción y comercialización adecuada del maracuyá al mercado europeo.

Las debilidades identificadas como causas principales que generan el problema de falta de potencialidad en la producción y comercialización de la pulpa de maracuyá son: Producción dispersa, grandes distancias para el acceso de las fincas, provoca inaccesibilidad, monocultivos, no se produce en función de las necesidades del mercado y a su vez las asociaciones campesinas débiles que conllevan a efectos determinantes como: sistemas de producción limitada, lo que ocasiona una producción de mala calidad y baja participación internacional en la exportación de productos agrícolas.

## **1.4 Objetivos.**

### **1.4.1 Objetivo general.**

Realizar un estudio sobre la potencialización de la producción y comercialización de la pulpa de maracuyá hacia el mercado de la Unión Europea.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Estudiar la producción de la pulpa de maracuyá y la capacidad de comercialización que poseen los pequeños y medianos agricultores.
- Desarrollar un estudio comparativo sobre la evolución de la exportación de la pulpa de maracuyá a la Unión Europea en los últimos 5 años (2012 al 2016).
- Plantear una propuesta de potencialización de la producción y comercialización de la pulpa del maracuyá al mercado de la Unión Europea.

## **1.5 Justificación del estudio.**

Ecuador se encuentra entre los países que poseen una capacidad de producción de alimentos por encima de las crecientes demandas de su población. Por regiones, América Latina, América del Norte y Australia comparten esta condición de alta capacidad de producción, en un mundo que demanda cada día más alimentos, especialmente por parte de las economías emergentes.

(Javier, 2016)

El presente trabajo de titulación se proyecta a brindar una propuesta estratégica que permitan potencializar la producción y comercialización del maracuyá hacia el mercado europeo, y así mejorar la competitividad de los productores individuales y de las MIPYMES de la Provincia de Santo Domingo de las Tsáchilas, que sufren una gran desigualdad en comparación con los grandes productores e intermediarios, brindando oportunidades de negocios a los pequeños productores que se encuentran en desventaja económica o perjudicada por el sistema de comercio convencional.

De acuerdo con el objetivo número 10, numeral 6 del Plan Nacional del Buen Vivir años 2013 al 2017, el cual se circunscribe en impulsar la transformación de la matriz productiva, determina que se debe: “Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva” que busca promover el desarrollo de la oferta exportable de los productos no tradicionales en el país, los mismos que se sustentan dentro del mismo objetivo, literales b y c.

- *10.6 b. Impulsar la oferta productiva de los sectores prioritarios, incluido el cultural, para potenciar sus encadenamientos productivos, diversificar los mercados de destino,*
- *10.6 c. Incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios, con la incorporación de nuevos actores, especialmente de las MIPYMES y de la EPS.*

Ecuador es un país pequeño con una economía abierta al mundo, cuya evolución ha estado vinculada al sector externo. La actividad agrícola ha sido la base de la oferta exportable ecuatoriana por más de dos siglos (Ministerio de Agricultura, 2015); por lo mismo, las tendencias mundiales en torno a la agricultura tienen relación directa con el desempeño económico y el

bienestar de la población vinculada a ella. Estas tendencias definen el marco de acción, restricciones y potencialidades para la producción agropecuaria y sus productores en el Ecuador.

Tradicionalmente, la producción agrícola que sustentó la estructura productiva exportable en la Costa fue el cacao, banano, café y para el consumo interno en la Sierra los granos, legumbres y frutas. A partir de 1973 el país perdió su condición de “predominantemente agrícola” y, en su lugar, pasó a combinar la explotación petrolera con la agropecuaria, especialización económica que se mantiene. (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, 2016)

No obstante, entre 1986 y 1998, volvió a una especialización con énfasis en la producción agropecuaria exportable. En esos años se dinamizaron y diversificaron las exportaciones agropecuarias de productos tradicionales y no tradicionales, superando significativamente a las exportaciones petroleras.

En cambio, en el mercado internacional de bienes agrícolas, la competitividad de América Latina y el Caribe han crecido sostenidamente por más de una década. Ecuador es parte de esa tendencia en la región, altamente especializada en la exportación de productos agrícolas, mantiene un buen dinamismo y se posiciona mejor que otras. Se estima que la demanda internacional de bienes agrícolas continuará creciendo, mientras que la oferta de alimentos y materias primas agrícolas no crecerá al mismo ritmo (CEPAL, FAO, IICA 2012).

El presente estudio nace como idea de expandir y fomentar el consumo de pulpas naturales provenientes de Ecuador al mercado externo y particularmente al europeo tomando en cuenta la necesidad de una alimentación saludable mediante un producto que esté libre de aditivos y colorantes. El mismo es producido y procesado con estándares y normas de calidad, destacando los beneficios que ofrece a la salud, de acuerdo con el análisis realizado, se explicará que la

política comercial y los procesos establecidos son factores que marcan una diferencia en el comercio internacional de pulpa de frutas.

Por tanto, el presente trabajo contiene un aporte teórico debido a que el desarrollo se basa en la aplicación de teorías, las cuales aportan con nuevos conocimientos y análisis enfocados al Acuerdo Multipartes, firmados entre la Unión Europea y Ecuador en el año 2016.

Igualmente, el estudio brinda un gran aporte social, porque con el Acuerdo Multipartes se benefician los pequeños y medianos productores fomentando el aumento de empleo a la población y campesinos de bajos recursos de la zona de Santo Domingo, particularmente.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO.**

#### **2.1 Introducción**

En este capítulo se representa las principales teorías que esta investigación se requiere para obtener el éxito esperado, entre las que resaltan están La teoría de Comercio Internacional, es aquella que refleja fuertes impulsos y fuerza globalizadora, así mismo está la teoría de ventaja competitiva, la cual permite tener el libre comercio, entre otros aspectos importantes.

Adicionalmente se designará el sitio o sector de estudio, donde se conoce sobre los principales productos que en esta área se producen, de igual manera se conocerán sus volúmenes de producción los cuales son expuestos al mercado para la adquisición del consumidor final, con un precio justo, midiendo la economía del sector y el país.

## **2.2 Teorías de Soporte.**

### **2.2.1 Teoría del Comercio Internacional.**

La teoría del comercio internacional aborda el conocimiento de la naturaleza y las causas del comercio internacional, lo cual puede ayudar a comprender de mejor manera el entorno internacional, caracterizado, hoy en día por la existencia de fuertes impulsos y fuerzas globalizadoras.

El objetivo de la teoría del comercio internacional es analizar los distintos aspectos relacionados con el intercambio de bienes y servicios entre agentes económicos de diferentes países (Chacholiades, 1982).

Esencialmente, los temas recurrentes en la teoría del comercio internacional son:

- La base del comercio. ¿Cuáles son las motivaciones? es decir, las causas del intercambio de bienes y servicios a nivel internacional.
- Las ganancias del comercio. ¿Cuáles son las ganancias que obtienen los países que comercian?, ¿de dónde provienen?, ¿cómo se generan?
- Los patrones de comercio. ¿Quién vende qué a quién?, es decir, la estructura, dirección y volumen del comercio internacional.

Estas interrogantes ayudarán a determinar los efectos del acuerdo Comercial Multipartes firmado con la Unión Europea.

En el desarrollo de la investigación se responderán dichas interrogantes con el objetivo de aportar información relevante al estudio.

Marshall hablaba de la teoría “pura” del comercio internacional, ya que en ésta se analiza el intercambio con factores reales, sin introducir factores monetarios y su incidencia. Por tanto, paralelamente a estas cuestiones fundamentales, aparece lo que se conoce como relación real de intercambio (RRI) o términos del comercio (“terms of trade”) (Marshall 1890).

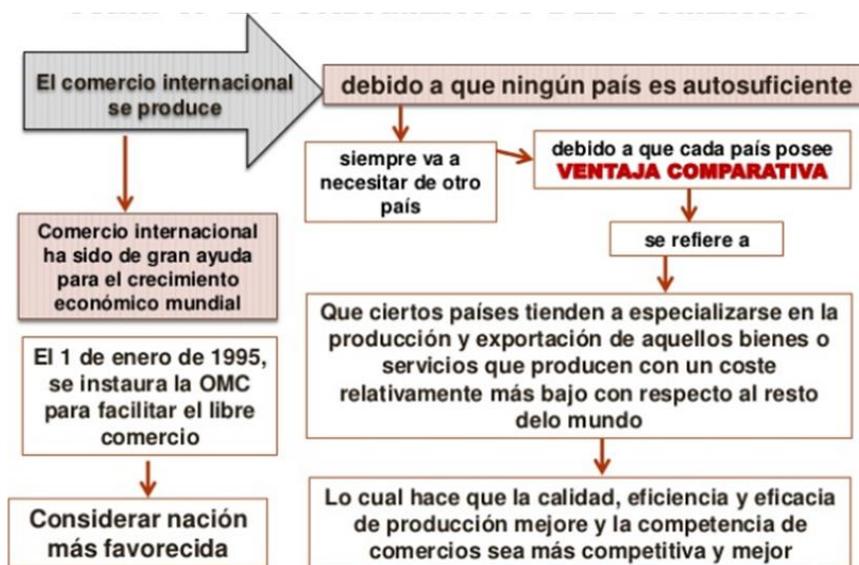
Esta teoría analiza aspectos tales como la estructura de la demanda interna como prerequisite para la exportación, la influencia de la estructura de los mercados interiores sobre los flujos del comercio internacional, el incremento del comercio internacional sobre la eficiencia técnica y las economías de escala o la interrelación entre el comercio internacional y diferenciación del producto.

La teoría del comercio internacional es un enfoque teórico que abarca elementos no estudiados por las escuelas precedentes del comercio: economías de escala, economías de aglomeración, externalidades, competencia imperfecta.

## 2.2.2 Teoría de ventaja competitiva.

Antecedentes: La teoría de las ventajas comparativas data de principios del siglo XIX con David Ricardo.

La ventaja comparativa: Es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y muestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican comúnmente a un costo relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costos comparativamente más altos que el resto del mundo.



*Figura 2* Ventaja Competitiva

## **Ventajas**

- Los países permiten un libre comercio entre ellos para beneficiarse del bien a adquirir.
- Se eliminan cualquier tipo de barreras que permitan un costo menor al producto.
- Pleno empleo.
- Economía competitiva.
- Costos de transporte igual a cero.

Esta razón se basa en la conveniencia de especializarse en la producción de lo que un país puede producir más económicamente y comercializar con otros países produciendo lo que ellos hacen mejor, para el beneficio de los dos, la clásica división del trabajo, dependiendo de las diferencias de capital, trabajadores y recursos, naturales y otros. Posteriormente, David Ricardo extendió esta teoría de la división del trabajo a la ventaja comparativa.

Tomando en cuenta que Ecuador, es un país altamente agrícola, sus productos son relativamente más baratos, a un costo de oportunidad menor permite llegar hacia mercados internacionales, lo que permite incentivar al productor pequeño de maracuyá dedique un mayor porcentaje de su suelo a cultivar este producto. También la producción permitirá alcanzar nuevas oportunidades de mercado a nivel internacional.

Esta teoría ayuda a definir el valor relativo en el mercado nacional y permite ser más competitivos en el mercado de destino como la Unión Europea, a esto se puede añadir más factores como la mano de obra más barata y la adquisición de materia.

Además, proyecto se sustenta en el marco de la ley:

El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI) el cual fue aprobado por la Asamblea Nacional en el año 2010, tiene como objetivo regular el proceso productivo, así

impulsar los productos con valores agregados, orientadas a la relación del Plan Nacional Del Buen Vivir.

### **Tabla 1**

#### *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones*

---

#### **Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

---

Art. 4. Democratizar el acceso a los factores de producción, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la economía popular y solidaria, fomentando la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental.

Art.61. El Estado, a través de sus órganos gubernamentales competentes, fomentará, incentivará mecanismos de comercialización alternativos para que, a la vez que se procura el mejoramiento de los ingresos de las familias campesinas productoras, se garantice el abastecimiento de los mercados locales y regionales

Art. 93. El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones mediante: acceso a preferencias arancelarias; derecho a devolución de impuestos; derecho a regímenes especiales; asistencia financiera; información, capacitación, promoción externa; derecho a inversión.

---

### **2.3 Marco Referencial**

Luego de realizar el estudio del marco teórico, se ha buscado autores y trabajos cuyos resultados de investigación tienen similitud con el tema planteado, que es el la producción y comercialización de la pulpa del maracuyá. A continuación, se proponen las siguientes teorías:

**Tabla 2**  
*Matriz Papers Base*

---

<b>Papers Base</b>
Autor: Alex Viera, Andrea Sotomayor, William Viera
Tema: Potencial del Cultivo de Aguacate (Persea Americana Mill) en Ecuador Como Alternativa de Comercialización en el Mercado Local e Internacional.
Año de publicación: 2016-12-22
ISSN 1390-7697
Revista Científica y Tecnológica Upse
Oficina Editorial: Instituto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico
<b>Objetivos:</b>
Dentro de este artículo se podrá encontrar los diferentes precios por kilogramo de fruta en el mercado local e internacional, los principales países importadores y exportadores, la situación del Ecuador como exportador de aguacate, y una proyección de la demanda a nivel internacional.
<b>Categorías:</b>
Demanda, exportación, precios, producción
<b>Hallazgos:</b>
El Ecuador, por su ubicación geográfica posee las condiciones climáticas adecuadas para el cultivo del aguacate, siendo las principales zonas productoras: Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay y Loja. La variedad demandada a nivel internacional es la 'Hass';
Entre los principales países importadores y potenciales mercados de este frutal tenemos Estados Unidos, Francia, Holanda, Japón, entre otros.
El precio en el mercado local varía entre 1.06 y 1.90USD/kg, observándose inestabilidad; sin embargo, en el mercado europeo alcanza un valor de 3.60 USD/kg constituyéndose una alternativa atractiva para su comercialización. En el mercado local no existe una demanda insatisfecha debido a que la producción nacional se la comercializa casi en su totalidad en el país; mientras que existe una demanda insatisfecha a nivel internacional que constituye una oportunidad de mercado.
<b>Resultados:</b>
La producción mundial de aguacate registró sus valores más bajos en los años 1995 y 1997; mientras que los mayores incrementos se registraron en los años 2009 y 2013, la Comunidad Europea (UE) es un nicho de mercado importante para la fruta aguacate, las mayores importaciones de este frutal provinieron de Perú, país que posee características agroecológicas que permiten la cosecha de aguacate entre los meses de noviembre a abril, cubriendo la demanda de mercado europeo. (Viera Alex, 2016)

---

**Tabla 3**  
*Matriz Papers 1*

---

<b>Papers # 1</b>
Autor: Soler Montcouquiol, Rogelio; Hernández Plascencia, Jorge Antonio
Tema: Producción y Comercialización de la Naranja: Caso Región Acateno Hueytamalco en el Estado de Puebla, México
Año de publicación: 2005
ISSN: 1405-9282
Revista Mexicana de Agronegocios
Oficina Editorial: Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C.
<b>Objetivo:</b>
El objetivo de este estudio es identificar una propuesta de comercialización que permita incrementar el ingreso neto de los productores de naranja en la región.
<b>Categorías:</b>
Producción, comercialización, costos, ganancia.
<b>Hallazgos:</b>
De acuerdo con Sagarpa (2001) existen alrededor de 326.8 mil hectáreas de naranja que representan 27% de la superficie de frutales en México y 25% de la producción frutícola nacional en el año 2001. Por lo que la naranja en México es la fruta más importante, tanto por la superficie dedicada a su cultivo como por el monto producido. En México hay dos sistemas de comercialización de la naranja: a) el sistema tradicional, que consiste en la venta del fruto en pie de árbol, por lo tanto, el intermediario cosecha, transporta, acondiciona y mercadea; y b) el particular, en el cual el productor cosecha, transporta y algunas veces acondiciona el fruto para venderlo en los centros de acopio regionales o fuera de estos. Para los fines de este estudio se formuló la hipótesis de trabajo siguiente: los productores de naranja de la región utilizan el sistema tradicional de comercialización (venta en el árbol), lo cual provoca un alto grado de intermediación y una debilidad en la economía de dichos productores.
<b>Resultados:</b>
La conclusión más importante del estudio es que no se encontraron elementos para rechazar la siguiente hipótesis: los productores de naranja de la región utilizan el sistema tradicional de comercialización (venta en el árbol), lo cual provoca un alto grado de intermediación y una debilidad en la economía de dichos productores. (Montcouquiol Soler Rogelio, 2005)

---

**Tabla 4**  
*Matriz Papers 2*

---

**Papers # 2**

---

Autor: Marysela Coromoto Morillo Moreno

Tema: Fases del ciclo productivo y red de comercialización en organizaciones socio productivas del municipio Maracaibo, Venezuela

Año de publicacion:2017

ISSN 1317-8822

Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial

Oficina Editorial: Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

**Objetivo:**

Analizar el cumplimiento de las fases del ciclo productivo y la red de comercialización de las organizaciones socio productivas de las parroquias del municipio Maracaibo del estado Zulia.

**Categorías:**

Organizaciones socio productivas, ciclo productivo, comercialización y comunas

**Hallazgos**

Cuando las comunidades desarrollan el modelo socio productivo, toman en consideración las capacidades y potencialidades que tienen las comunidades y los individuos que las conforman. Esto involucra nuevas relaciones sociales de producción que implican y articulan a las fuerzas productivas del pueblo, el poder popular y el poder público nacional en cada organización socio productiva que se constituya; dando comienzo a un gran sistema unificado que contribuya al modelo productivo socialista y al desarrollo endógeno comunal.

**Resultados:**

Sobre la aplicación del ciclo productivo se puede decir que las organizaciones socio productivas requieren un mayor conocimiento acerca de cada una de las fases que lo conforman, ante las discrepancias en la implementación de cada una, siendo la fase de diagnóstico la menos aplicada y la más importante, ya que determina el éxito del resto de las fases. La ausencia de la planificación en todas las fases del ciclo productivo en estas organizaciones socio productivas frena el impulso de un sistema económico comunal productivo. (Moreno, 2017)

---

## **2.4 Contexto y Lugar donde se Desarrolla el Estudio.**

### **a. Sector de enfoque:** Sector Económico Social, (Unidad Agrícola).

La agricultura ha tenido un papel muy importante en los niveles de productividad y diversificación de los productos agrícolas.

Ecuador es un país netamente agrícola, pero esta actividad ha sufrido una baja en los últimos años por diversos factores, tales como:

- Causas climáticas, ausencia de lluvias en determinadas regiones o el exceso de éstas en otras.
- La migración del campesino a las ciudades.
- Por la atención a otros campos de actividad económica, como la explotación petrolera.
- Por las leyes que gravan al campesino en la tenencia de la tierra.
- Malas políticas de importación y exportación.

## **2.5 Delimitación Temporal.**

El tiempo de estudio comprende un periodo de 5 años que va desde el año 2012 al 2016.

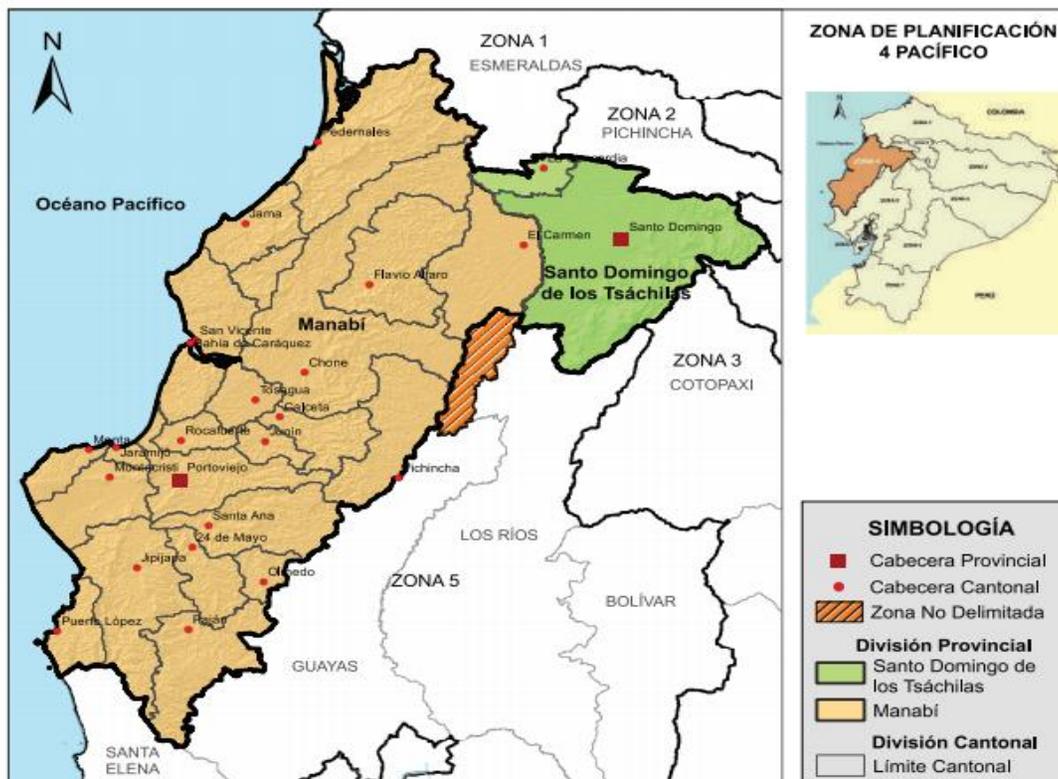
En Ecuador el cultivo de maracuyá está segmentado en cuatro regiones principales dentro de la zona costera del país, siendo Quinindé, Santo Domingo, Quevedo y Chone las que aportan casi en su totalidad la fruta para las diferentes agroindustrias. (Gobierno Autónomo Descentralizado provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2011-2030)

De lo descrito se desprende que la investigación a realizarse en la Provincia de Santo Domingo es muy acertada, ya que este es un mercado en potencia porque se identifican cadenas

productivas en: abacá, yuca, maracuyá, piña, caucho, palmito, cuero y calzado, industria automotriz, bebidas, fertilizantes. (Proecuador).

La Asamblea Nacional Constituyente de Montecristi aprobó la Constitución de la República del Ecuador. La carta magna define principios y lineamientos de planificación y gestión de políticas públicas, para la consecución de los Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, la garantía para el ejercicio de derechos y la participación, para propiciar la equidad social y territorial desde un contexto de gestión y manejo integral del territorio.

De acuerdo la delimitación zonal del Plan de Ordenamiento Territorial, la Zona de Planificación 4 - Pacífico, se encuentra ubicada al oeste del Ecuador, y comprende las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas, que agrupan a 24 cantones, 52 parroquias urbanas y 63 parroquias rurales. Se estructura en 15 distritos y 155 circuitos 8 administrativos de planificación, que son unidades territoriales desde donde se planifica y operativita la gestión de las instituciones del ejecutivo.



*Figura 3* Zona 4 Pacífico: División Político Administrativa (Distritos y Circuitos)

## 2.6 Datos generales de la Provincia y del Cantón.

Con una extensión de 3.453,848 Km<sup>2</sup>, es el sector geográfico donde convergen las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y Cotopaxi, a una altura que va desde 120 m.s.n.m. hasta los 3020 m.s.n.m., y una temperatura promedio de 22° C. Los límites cantonales son:

- **Norte:** Cantones Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos (Provincia de Pichincha) y Cantón La Concordia (Provincia de los Tsáchilas).
- **Sur:** Cantones Valencia y Buena Fe (Provincia de Los Ríos).
- **Este:** Cantones Quito DM y Mejía (Provincia de Pichincha), y Cantones: Sigchos y La Maná (Provincia de Cotopaxi).
- **Oeste:** Cantón El Carmen (Provincia de Manabí).

La ciudad de Santo Domingo de los Colorados, cabecera cantonal tiene un área de 7.389,6 Ha. Es sensiblemente plana (90%), con una altitud que en la parte central oscila entre 550 y 553 msnm.

Geográficamente está ubicada en las coordenadas:

- **Longitud:** 78°40' a 79°50' de longitud oeste.
- **Latitud:** 0°40' latitud norte a 1°0'5" de latitud sur

**Tabla 5**  
*División Política-Administrativa.*

<b>PARROQUIAS RURALES</b>	<b>Población</b>	<b>Superficie Km2</b>	<b>Densidad Hab/Km2</b>
Alluriquín	9.725	664,2890	14,7
El Esfuerzo	5.763	282,7950	20,3
Luz de América	10.881	310,7850	35,0
Puerto Limón	9.344	239,3730	39,0
San Jacinto del Búa	11.718	204,4820	57,3
Santa María del Toachi	5.615	351,8110	15,9
Valle Hermoso	9.335	309,7760	30,1
Total	368.013	3.453,85	492,5

Esta información fue obtenida desde el INEC, de donde se conoce que existe 7 Parroquias Urbanas: Santo Domingo, Chiguilpe, Río Verde, Bombolí, Zaracay, Abraham Calazacón y Río Toachi.

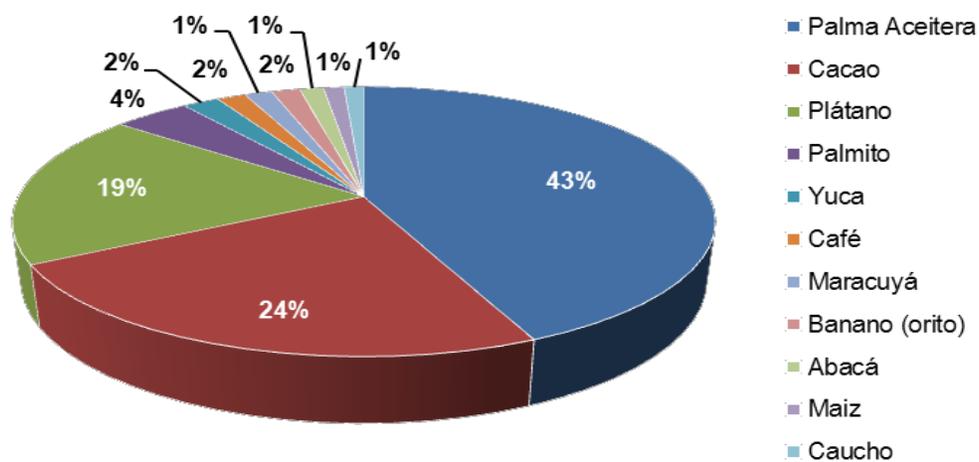
El 5 de febrero de 2012 se realizó una consulta popular mediante orden del presidente Rafael Correa, para que toda la población del Cantón La Concordia decida a qué provincia desea pertenecer, dicha Consulta se la realizó arrojando como resultados que fueron favorables para la

Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas con 15.084 votos, para Esmeraldas 6.456, nulos 1.343 y blanco 351, de un total de 23.234 votantes.

**Tabla 6**  
*Parroquias del Cantón la Concordia*

#	Parroquia	Pob aprox.
1	Monterrey	3000
2	Plan Piloto	3000
3	Las Villegas	3000

En el territorio cantonal básicamente se ha desarrollado el sector pecuario que ocupa un 51.01% de las hectáreas del cantón y la agricultura con un 25.58%. Los cultivos con mayor número de hectáreas cultivadas son: Cacao con un 27.26%, plátano con 24.02%, Palma Aceitera 20.62%, Palmito 7.40%, Yuca 4.57%. En el ámbito forestal tenemos el caucho, la balsa y la caña guadua como principales productos, aunque su participación dentro de los principales productos cultivados aún es mínima su cultivo.



**Figura 4** Principales Cultivos en la Provincia de Santo Domingo

**Tabla 7**  
*Principales Productos*

N°	CULTIVO	SUPERFICIE Ha	%
1	Palma Aceitera	44.319,87	42,44
2	Cacao	24.334,39	23,30
3	Plátano	18.980,71	18,17
4	Palmito	4.311,95	4,13
5	Yuca	2.062,33	1,97
6	Café	1.618,00	1,55
7	Maracuyá	1.539,66	1,47
8	Banano (orito)	1.592,99	1,53
9	Abacá	1.350,58	1,29
10	Maiz	1.164,00	1,11
11	Caucho	1.103,22	1,06
12	Piña	692,60	0,66
13	Balsa	486,80	0,47
14	Caña de azúcar	239,44	0,23
15	Pimienta	138,52	0,13
16	Naranjilla	129,62	0,12
17	Naranja	90,04	0,09
18	Café	90,04	0,09
19	Papaya	79,15	0,08
20	Caña guadua	42,55	0,04
21	Flores tropicales	19,79	0,02
22	Pitahaya	19,79	0,02
23	Malanga	17,81	0,02
24	Limón	9,89	0,01

**Tabla 8**  
*Superficie, Producción y Rendimiento -Maracuyá*

<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Superficie Sembrada</b>	<b>Superficie Cosechada</b>	<b>Producción en toneladas</b>	<b>Hectáre as</b>
2009	Santo Domingo de los Tsáchilas	1,001	535	3,001	5.61
2010	Santo Domingo de los Tsáchilas	960	853	5,051	5.92
2011	Santo Domingo de los Tsáchilas	518	434	4,589	10.57
2012	Santo Domingo de los Tsáchilas	367	255	1,771	6.94

## **2.7 Comercios al por mayor y menor registrados en el SRL**

Los principales establecimientos que existen en la Provincia son de comercio con 9.224, de los cuales existen 886 en el cantón La Concordia y 8.338 en el cantón Santo Domingo, esto es determinado por las actividades económicas de la Pea. Además de ello la provincia tiene el 2,2% del Pea del total nacional lo que representa para Santo Domingo de los Tsáchilas 396 empresas. (Gobierno Autónomo Descentralizado provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2011-2030).



**Figura 5** Establecimientos por Actividad Económica

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Introducción**

En este capítulo se establece el enfoque que tiene esta investigación del cual se detalla que es mixto, conformándolo lo cuantitativo que representa el número de empresa que son de estudio, y lo cualitativo como la revisión de documentación.

#### **3.2 Enfoque de la Investigación.**

Se combinará el enfoque cuantitativo y cualitativo porque permite recolectar datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Roberto, Capítulo 1: Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias, 2010).

Cumple con la característica cuantitativa porque a través del método deductivo se realizará una construcción de conocimiento por parte del investigador que permitirá, en base a las teorías del comercio internacional determinar un proceso óptimo de comercialización del maracuyá.

Por otra parte, permitirá identificar una política comercial para establecer las categorías principios, normas y reglas del comercio internacional como base de pensamiento económico e intercambio de los productos en el mercado internacional.

Para solventar lo indicado se tendrá como soporte los estudios realizados por expertos en el sistema de comercio internacional de frutas no tradicionales, elementos que permitirán afianzar la investigación, para proponer un sistema de comercialización que permita mayores oportunidades

de crecimiento comercial a los habitantes de Santo Domingo, quienes están dedicados a la producción del maracuyá.

La construcción de indicadores y variables explicativas de comportamiento concreto de la economía ecuatoriana, respecto a su matriz productiva permitirán desarrollar los resultados que forman parte de una base de datos conformada por valores de importaciones y exportaciones de maracuyá en dólares americanos de los últimos años, de tal manera que se establezca el grado de influencia de la política comercial, concluyendo con una afectación directa hacia los exportadores y un apoyo a la producción local.

Este enfoque nos permitirá establecer hipótesis de investigación, mismas que se resolverán en el desarrollo del estudio, estas se constituirán en la base fundamental para obtener las conclusiones de la investigación.

La información obtenida, permitirá contestar preguntas, interrogantes o dudas sobre la influencia que tendrá el Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea en las operaciones comerciales del sector agrícola, principalmente de las frutas no tradicionales, entre estas interrogantes están: producción nacional del maracuyá, exportaciones hacia los países europeos, barreras a las exportaciones, precios internacionales, entre otras que fueron analizadas en el problema de investigación.

### **3.3 Tipología de la Investigación.**

#### **3.3.1 Por su finalidad Aplicada.**

El tipo de investigación que se utilizará para el desarrollo del presente trabajo de investigación es la investigación aplicada.

La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo. (José, 2014).

Se hace uso de este tipo de investigación ya que permite obtener toda la información referente al mercado, el tipo de clientes, gustos y preferencias para poder determinar las necesidades del consumidor que al ser sustentada en teorías de soporte no se busca refutar sus principios sino comprobarlos a través de la aplicación de estos en el tema de estudio.

La Influencia del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea es una guía que permitirá profundizar el conocimiento por medio de datos reales que se obtendrán fuentes de información verídicas y de esta forma conocer datos existentes que influyen en la investigación como son los relacionados al mercado del sector agrícola y la exportación del maracuyá.

#### **3.3.2 Por las fuentes de información: Documental.**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizará el siguiente método que ayudaran al proceso de recolección de información.

Rodríguez define a la metodología documental como aquella etapa de la investigación científica, donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?”. (Rodríguez González, R, 2008)

Con este tipo de investigación se conoció sobre las bases teóricas que son determinadas por dichos autores, encontrando información en libros, artículos o ensayos de revistas, periódicos y documentos que ayudaron a la realización de esta investigación y así obtener resultados positivos para solucionar este problema.

Se tomará en cuenta los estudios del maracuyá realizados anteriormente, de revistas científicas, para así partir de una idea generalizada de los problemas que ocurren en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas Ecuador, para fundamentar la comercialización del maracuyá y el desarrollo socioeconómico del sector productivo.

Debido al manejo de información proveniente de bases de datos secundarios provenientes de declaraciones aduaneras, periódicos páginas web oficiales nos da la pauta para realizar un comparativo con datos actualizados fiables para el estudio. Particularmente se emplearán documentos de organismos internacionales como embajadas o consulados que colaboren con información del país al cual representan.

### **3.3.3 Por alcance: Correlacional.**

Un estudio correlacional determina si dos variables están correlacionadas o no. Esto significa analizar si un aumento o disminución en una variable coincide con un aumento o disminución en la otra variable. Generalmente se utiliza un coeficiente de correlación en el caso de un estudio

correlacional. Varía entre +1 y -1. Un valor cercano a +1 indica una fuerte correlación positiva, mientras que un valor cercano a -1 indica una fuerte correlación negativa. Un valor cercano a cero muestra que las variables no están correlacionadas. (Kalla, 2017)

Se pretende estudiar la relación entre la demanda del maracuyá en el mercado de la Unión Europea y comercialización, al analizar el posible nexo entre estas variables se aceptará o rechazará la hipótesis planteada en este trabajo, para así conocer la el comportamiento del mercado europeo en la demanda de la pulpa de maracuyá, sobre todo con la firma Acuerdo Multipartes en los procesos de exportación agrícola, particularmente del maracuyá.

### **3.4 Hipótesis.**

#### **3.4.1 Hipótesis Nula:**

La demanda del maracuyá en el mercado europeo influye en la capacidad de producción de los agricultores.

#### **3.4.2 Hipótesis alternativa:**

La demanda del maracuyá en el mercado europeo no influye en la capacidad de producción de los agricultores

### **3.5 Medios para la Recolección y Análisis de Datos.**

Se construirá con información de fuentes oficiales nacionales e internacionales como lo son:

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- Ministerio de Comercio Exterior(COMEX)
- Estadísticas del Banco Central del Ecuador.(BCE)

- Boletines del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROEcuador).
- Revistas de comercio Exterior.
- Revistas El Agro.
- Folletos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).
- Acuerdo Multipartes Ecuador y la Unión Europea.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación(FAO)
- Web oficial de la Unión Europea.
- Sistema Nacional de Información (SIN).
- Web Ecuador en Cifras.
- Web Trademap.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Por otro lado, la información de organizaciones no gubernamentales como:
- Fincas Productoras de maracuyá en la zona de influencia,
- Empresas procesadoras de la pulpa de maracuyá, permitirá sustentar el proceso metodológico del presente, estudio.

Los datos recopilados en el sistema Excel permitirán depurar de manera precisa y clara, considerando la temporalidad del estudio.

**Tabla 9**  
*Operacionalización de Variables*

Idea a Defender: <b>Potencialidad de la Producción y Exportación de la Pulpa de Maracuyá a la Unión Europea</b>						
<b>Variab</b>	<b>Índices</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Informante</b>
<b>Vi: Exportación</b>	Mercado Unión Europea	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en la Unión Europea? ¿Cómo está constituida la población de la Unión Europea?	Análisis linkográfico, bibliográfico	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	¿Cuál es la balanza comercial?			
		Legales (Medidas Arancelarias, No Arancelarias)	¿Existen barreras arancelarias para la exportación del maracuyá? ¿Cuál es empaque y embalaje requerido para comercializar el maracuyá? ¿Cuál son las medidas de restricción de etiquetado al ingreso a la Unión Europea?			
		Demanda	¿Evolución de las exportaciones desde el año 2012 al 2016? ¿Participación de mercado del maracuyá en el mundo?			
<b>Vd: Producción</b>	Producto / Oferta	Características del producto	¿Superficie plantada? ¿Región con mayor producción?	Análisis linkográfico, bibliográfico	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		Oferta exportable	¿Evolución de producción nacional? ¿Evolución de ventas?	Análisis linkográfico, bibliográfico	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.

### **3.6 Instrumentos.**

#### **3.6.1 Revisión Bibliográfica y Análisis de Base de Datos.**

La revisión bibliográfica y el análisis de los datos secundarios es importante en este estudio porque permitirá contar con una sistematización de la información cuantitativa y cualitativa que permitirá establecer los puntos de partida, así como contar con información histórica desde el 2012 hasta el 2016, para aquellos indicadores que requieran.

Se extraerá toda la información necesaria de las fuentes secundarias para culminar el proyecto ya que los mismos serán importantes para elaborar conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE DATOS**

#### **4.1 Introducción**

En este capítulo consisten en la obtención de datos para el análisis e interpretación de estos y se desarrollara pregunta por pregunta de manera concluyente y comparativa.

#### **4.2 PIB de la Unión Europea.**

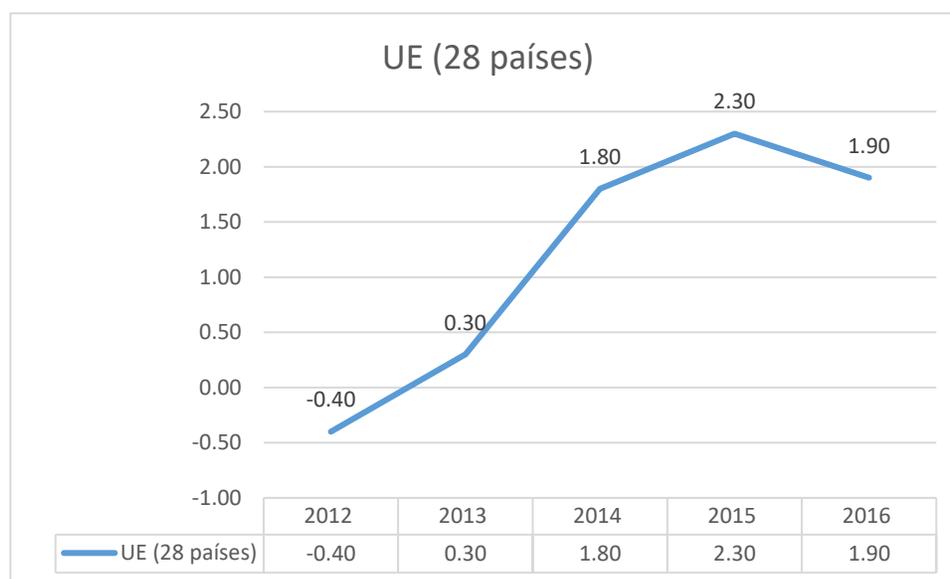
La Unión Europea es una asociación económica y política, que nace con el objetivo propiciar la integración y gobierno en común de los Estados y los pueblos de Europa. En estos momentos la Unión Europea está formada por los 28 países.

La Unión Europea se basa en el Estado de Derecho: todas sus actividades están fundadas en los tratados acordados voluntaria y democráticamente por todos los países miembros.

La crisis financiera y económica mundial produjo una grave recesión en la Unión Europea. Durante la recuperación el índice de volumen del Producto Interno Bruto (basado en volúmenes encadenados). El Producto Interno Bruto se contrajo un -0,4 % en 2012 en términos reales, antes de que paulatinamente se fuesen registrando mayores tasas de variación positivas en 2013 (0,3 %), 2014 (1,8 %), 2015 (2,3 %) y 2016 (1.9%). En el conjunto de la Unión Europea, la economía registró en el último trimestre del año 2017 un crecimiento del 0,6% del El Producto Interno Bruto con relación al 2016 por lo que índice que posee una economía en contaste crecimiento. (Unión Europea, 2017).

Europa tiene una economía capitalista desarrollada. Esto le permite una alta densidad de población. La economía de Europa es la más grande del mundo. La mayoría de sus estados pertenecen al primer mundo. Alemania es económicamente la nación más poderosa de Europa, seguida por Francia, el Reino Unido e Italia, aunque el primero en términos de renta per cápita es, tanto de Europa como del mundo.

La mayor parte de la población europea vive en ciudades. Más del 75% de la población es urbana. La mayoría de la población europea tiene edades avanzadas. Más de uno de cada tres europeos tiene entre 25 y 45 años. Además, la esperanza de vida al nacimiento es muy elevada, todos los países sobrepasan los 70 años, lo que, previsiblemente, signifique que el envejecimiento será cada año mayor, hasta que desaparezcan estas generaciones. (Union Europea, 2017).



**Figura 6** Países Miembros de la Unión Europea

**Tabla 10**  
*Países Miembros de la Unión Europea*

---

<b>Países</b>	
Alemania	Hungría
Austria	Irlanda
Bélgica	Italia
Bulgaria	Letonia
Chipre	Lituania
Croacia	Luxemburgo
Dinamarca	Malta
Eslovaquia	Países Bajos
Eslovenia	Polonia
España	Portugal
Estonia	Reino Unido
Finlandia	República Checa
Francia	Rumanía
Grecia	Suecia

---

**Tabla 11**  
*Índices Económicos de la Unión Europea.*

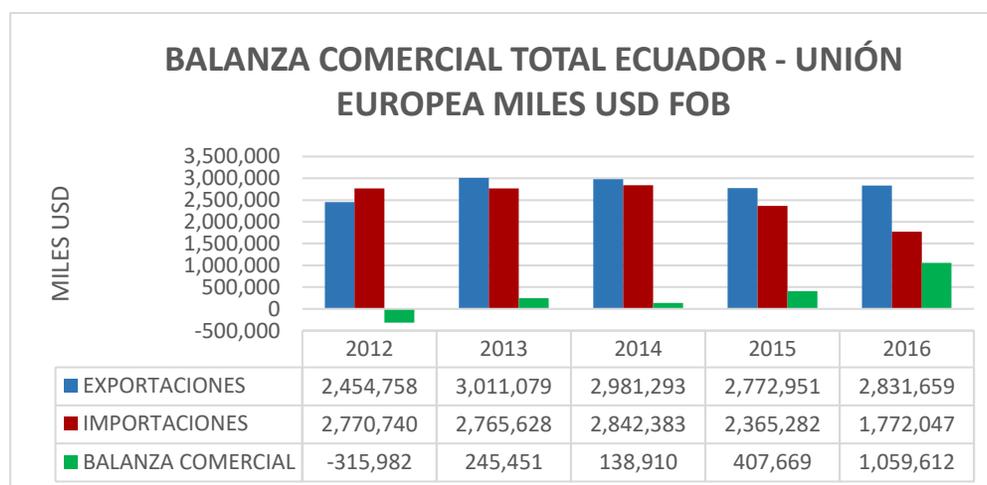
	Sede del Consejo	Bruselas
		Moneda
<b>Demográfico</b>	Población (julio 2016 est)	515,052,778
	Tasa de crecimiento poblacional anual (est 2016)	0.23%
<b>Social</b>	Índice de GINI - Distribución del Ingreso (2014) Puesto 115	30.9
	Tasa de Desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2015 est.	9.4%
<b>Económico</b>	PIB (Billones de dólares americanos, est. 2016)	16.52
	PIB per cápita (dólares, est. 2016)	39,2
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est. 2016)	1.9%
	Composición del PIB por sector (2016):	
	Agricultura	1.5%
	Industria	24.4%
	Servicios	70.5%
	Inflación anual (est. 2015)	0.1%
	Tipo de Cambio (euro por usd 2016)	0.921

### 4.3 Balanza comercial Ecuador con la Unión Europea.

La Unión Europea se ha convertido en los últimos años en uno de los socios comerciales más importantes del Ecuador para las exportaciones, así como un mercado fundamental para los productos de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), y de los Actores de la Economía Popular y Solidaria (AEPYS), sectores que se verán directamente beneficiados de la estabilidad que generará el Acuerdo Comercial. A lo largo de los últimos 5 años de estudio se puede observar la evolución positiva de la balanza comercial que para el año 2012 es negativa (-

315.982), en comparación con el año 2013 (245.451), 2014 (138.910), 2015 (138.910) y 2016 (1.059.612). La firma del acuerdo Multipartes pronostica un incremento positivo para el sector agroexportador debido a que los productos de origen vegetal ingresaran con un arancel del 0% como es el caso de la pulpa de maracuyá.

La Unión Europea ha considerado la importancia de impulsar el desarrollo sostenible y el comercio justo a través de los acuerdos comerciales negociados con los demás países del mundo. En este sentido, el Ecuador logró establecer con la Unión Europea un acuerdo equilibrado lo que permitirá comercializar los productos ecuatorianos con un arancel 0% siendo una gran ventaja para incrementar su participación en la balanza comercial.



*Figura 7* Balanza Comercial Ecuador y la Unión Europea

#### 4.4 Acuerdo Multipartes Ecuador- Unión Europea

El Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea se firmó el 11 de noviembre del 2016, y el mismo empezó a regir desde el 01 de enero del 2017. Las bases de la firma del convenio le permitirán al Ecuador el acceso de la oferta nacional exportable sin aranceles.

Según un informe del Ministerio del Comercio Exterior sobre la Negociación Multipartes Unión Europea-Ecuador, los productos ecuatorianos beneficiados de las preferencias arancelarias del acuerdo comercial son los siguientes:

Rosas, palmito, café soluble, aceite de palma, margarina, cacao, café, chocolates, confites, frutas tropicales (mango, piña, maracuyá, pitahaya, papayas, plátano, etc.), vegetales (brócoli, espárragos, coliflores, alcachofas), cereales y derivados (quinua, cebada), derivados de panadería, vegetales procesados y preparados, jugos de frutas tropicales, mermeladas, pulpas de frutas, atún, camarón, pescados congelados, conservas, entre otros productos. (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2014, p. 4)

Por lo tanto, frutas exóticas como el maracuyá ingresarán al mercado europeo sin aranceles.  
Ver anexo 1

#### **4.4.1 Requisito de etiquetado de productos alimenticios a la Unión Europea.**

El objetivo de los requisitos de etiquetado de los productos alimenticios que ingresan a la Unión Europea es garantizar al consumidor la información completa del contenido y formulación de los productos que se ofertan, para finalmente proteger la salud e intereses de los ciudadanos. Los requisitos se basan en la Legislación Alimentaria para productos de la Unión Europea

Según el informe del Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea entre los requisitos básicos se presenta el nombre de venta del producto, la lista de ingredientes y sus cantidades en orden de peso, además del peso neto sin empaque, las fechas de expiración y condiciones de almacenaje, lugar de procedencia y código del lote.

**Tabla 12**  
*Requisitos de Etiquetado*

<b>Código de productos de la Nomenclatura Combinada (CN) para las estadísticas comerciales de frutas tropicales frescas</b>	
Partida Arancelaria : 8109020	<p>Tamarindos frescos, manzanas de anacardo, lichis, jaca, ciruelas de sapodillo, maracuyá, carambola y pitahaya</p> <p>Intacto</p> <p>Limpio y sonido</p> <p>Libre de plagas</p> <p>Libre de daños y magulladuras</p>
Especificaciones del producto: Calidad	<p>Fresco en apariencia</p> <p>Libre de humedad externa, olor y sabor extraños</p> <p>En una condición capaz de soportar el transporte y la manipulación.</p> <p>Las clases de tamaño son diferentes para las diversas frutas tropicales. Algunos de los tamaños se describen en los estándares de comercialización anteriores.</p>
Tamaño y empaque	<p>Los requisitos de embalaje difieren entre los clientes y los segmentos de mercado. Deben, al menos, empacarse de manera que proteja el producto adecuadamente, en un empaque nuevo, limpio y de calidad que evite daños al producto. Discute los requisitos de empaque de tus clientes con ellos. En general, el embalaje al por mayor comprende cajas de cartón o cajas que pueden variar en tamaño.</p> <p>El etiquetado del paquete para el consumidor debe estar de acuerdo con las reglas y regulaciones aplicables en el mercado europeo. Las etiquetas no pueden contener tinta tóxica o pegamento.</p> <p>Si la naturaleza del producto no es visible desde el exterior, el paquete debe etiquetarse con el nombre del producto y el nombre y cualquier nombre opcional de la variedad y / o nombre comercial. Los siguientes artículos deben estar en la etiqueta de frutas frescas (preenvasado).</p>
Etiquetado	

**CONTINÚA** 

---

Nombre bajo el cual se vende el producto
Identificación comercial, es decir, clase, tamaño (código), número de unidades, peso neto
Nombre y dirección del productor
Lugar / país de origen

---

#### **4.4.2 Exigencia de productos a la Unión Europea.**

Europa es un mercado exigente en temas de calidad, sanidad y seguridad de los alimentos que su población consume. En esto, las certificaciones que tienen las empresas juegan un papel decisivo. Los sellos de calidad son un requerimiento muy importante y básico para el ingreso de productos a este mercado entre otras están las certificaciones orgánicas, de comercio justo, de sostenibilidad con el ambiente, así como las estrategias de inversión, ferias y de cumplir exigencias.

Una serie de requisitos son necesarios para ingresar los productos ecuatorianos, además, los clientes demandan más de las marcas y las empresas. Uno de los principales requerimientos para que un producto de cualquier parte del mundo llegue a la UE es la calidad que esté presente. Además, todos los productos que ingresan cumplen con los requisitos del bloque para proteger la salud humana y animal, el medioambiente y los derechos de los consumidores. De acuerdo con el portal web <http://exporthelp.europa.eu>, los requisitos principales se clasifican en: sanitarios y fitosanitarios, medioambientales, técnicos, normas de comercialización y restricciones a la importación. Ver Anexo 2

#### **4.4.3 Los Controles Oficiales.**

Según las normas de la Unión Europea existen dos Reglamentos implementados por las autoridades competentes, el uno establece los principios y las obligaciones de control oficial y el otro sobre los controles oficiales y su organización realizada por las autoridades competentes:

- Controles oficiales. Efectuados para garantizar la verificación del cumplimiento de certificaciones que protejan alimentos y bienestar de los animales
- Normas específicas. Organización de controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

Para las condiciones de importación, la Comisión Europea trabaja para asegurar que el suministro de alimentos de Europa sea el más seguro del mundo y que las mismas normas de seguridad de los alimentos se aplican a todos los productos, independientemente del origen. Como el mayor importador y exportador de alimentos del mundo, la Unión Europea trabaja en estrecha colaboración con las organizaciones internacionales y ofrece asesoramiento, así como la asistencia a los socios comerciales de terceros países (Comisión Europea, 2016).

Uno de los aspectos más importantes para el mercado europeo son las buenas prácticas de manufactura y las certificaciones.

- El DUA. Es el documento Único Administrativo que es el modelo de declaración de importación común para todos los países de la Unión Europea.
- Contaminantes orgánicos. El objetivo de la política de la Unión Europea consiste en eliminar o minimizar el uso de estos productos, según el Convenio de Estocolmo.
- Registro y Evaluación. El Reach es la normativa de la Unión Europea relativa a los productos químicos. Esta regla entró en vigor en junio del 2007. Requisito indispensable.

- Alimentos. Deben cumplir normas especiales sobre determinadas categorías de productos alimenticios. Por ejemplo, aguas minerales, cacao o ultracongelados.
- Sanidad animal. El país exportador debe estar incluido en una lista de países autorizados a exportar la categoría de productos relacionados a la salud animal.
- Vegetales. Los vegetales y los productos vegetales que se especifican en las normas de la Unión Europea deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario.
- El café. También existen reglas específicas para el etiquetado del extracto de café, el café soluble o el café instantáneo a excepción del café torrefacto soluble (Revista Líderes, 2016).

Además de las normas comunitarias que regulan entre otras cosas, los requisitos sanitarios y de animales que deben ser satisfechas por terceros países exportadores de alimentos a la Unión Europea, hay una serie de condiciones especiales de importación para determinados productos alimenticios que han sido puestas en marcha a nivel comunitario para proteger la salud humana. Estos han sido recopilados en una lista y la cobertura de riesgos tan diversos como los residuos de medicamentos veterinarios, residuos de plaguicidas, aditivos alimentarios, contaminantes y organismos modificados genéticamente. Ver Anexo 2

#### **4.4.4 Tipo de Cambio.**

El proceso del comercio a través de mercados internacionales difiere del comercio local debido a que el canal es más extenso para que el bien o servicio llegue al consumidor final.

Dentro de este proceso influye el sistema monetario que cada país posee, algunos son independientes y otros han adoptado un tipo de moneda de otro país.

Se puede definir el tipo de cambio como el precio que en moneda nacional se paga por cada una de las monedas extranjeras, existiendo así un enlace común que permite comparar los costos, los precios y los ingresos de un país con el exterior (Torres, 1990, p. 284).

El euro (€) es la moneda oficial de 19 de los 28 países de la Unión Europea. El colectivo de estos países se conoce comúnmente como zona del euro o eurozona, el Banco Central Europeo organismo independiente, es responsable de las cuestiones monetarias en la Unión Europea. Su principal objetivo es mantener la estabilidad de los precios. (Unión Europea, 2017)

Al querer comprar o vender un bien, se necesita evaluar si una moneda con respecto a la otra es más fuerte o débil, esto quiere decir, podrían costar menos o más dependiendo de la perspectiva en la que se sitúe. El tipo de cambio dependerá únicamente de la política monetaria que tenga un Estado, dentro de los tipos se puede mencionar al tipo de cambio flotante y al tipo de cambio fijo.

Aquel tipo de cambio que es determinado por la demanda y la oferta, y en el que no interviene el banco central se lo denomina tipo de cambio flotante; Estados Unidos opera bajo este tipo de cambio, sin embargo, la Reserva Federal puede interceder en las tasas de interés que afectará directamente al tipo de cambio. Países como Ecuador decidió adoptar el Dólar estadounidense como moneda de curso legal después de su crisis en el año 2000 y al no ser propia, depende totalmente de las políticas que el banco central de los Estados Unidos establezca. El tipo de cambio fijo sí tiene intervención del banco central, fue utilizado después de la Segunda Guerra

Mundial hasta principios de la década de 1970 y ha sido utilizado durante varios años por la República de China (Parkin et al., 2015).

#### **4.4.5 Logística.**

El desempeño logístico es uno de los factores que determina la competitividad de un país. Debido al carácter transversal de su campo de acción, las políticas encaminadas a mejorar el desempeño logístico tienen un impacto positivo en las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para lograr un cambio de matriz productiva. La reducción de costos logísticos beneficia de igual forma al exportador de bienes primarios como al exportador de manufacturas.

Desde el punto de vista del comercio exterior, la logística es un elemento crucial para la integración comercial con los demás países. Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), demuestra para la región, en el caso específico del comercio con Estados Unidos; que una reducción de costos de transporte tiene un impacto hasta 20 veces mayor que una reducción de la misma dimensión en aranceles (BID, 2008). Es por esto por lo que la capacidad de un país de hacer comercio internacional depende mayormente del acceso que tengan sus exportadores a fletes y cadenas logísticas a nivel global.

El transporte es una piedra angular del proceso de integración europea, estrechamente relacionado con la creación y la consecución del mercado interior, que fomenta el empleo y el crecimiento económico. El transporte, una de las primeras políticas comunes de la Unión Europea actual, es esencial para cumplir tres de las cuatro libertades del mercado



*Figura 8* Principales rutas transporte marítimo hacia la Unión Europea

#### Líneas navieras Ecuador – Unión Europea:

Las navieras y agencias de carga marítima que cubren la ruta entre Ecuador y países de la Unión Europea son, entre otras:

- Hamburg sud
- Ccni
- Csav
- Maersk
- Hapag lloyd
- Msc
- Ecu line

El manejo de información es vital en los procesos de negociación entre exportadores y navieras, para lo cual se deben reducir las asimetrías de manera que se puedan transparentar los costos, y así el exportador pueda negociar precios más competitivos mediante una mejor planificación, evitando de esta forma sobrecostos y nivelando el poder de negociación de los actores de la cadena logística. Ver Anexo 3

#### **4.5 Análisis del comercio exterior en el Ecuador.**

Durante el 2016, el comercio exterior ecuatoriano ha debido enfrentar factores exógenos de impacto directo sobre los resultados a nivel de balanza comercial. A nivel mundial se presentaron factores de afectación asociados a la apreciación del dólar, la depreciación de las monedas de los países de la región y el comportamiento inestable del precio del petróleo. En ese contexto, Ecuador requirió hacer uso de medidas que contrarresten el incremento de la brecha entre exportaciones e importaciones, controlando la afectación de liquidez (salida de divisas) y sus efectos sobre el sector real de la economía, y coadyuvando a sostener el sistema de dolarización.

##### **4.5.1 Exportaciones totales según clasificación CUCI.**

En cuanto a las exportaciones clasificadas según CUCI (Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional de Naciones Unidas, revisión 4), la sección “Productos alimenticios y animales vivos” fue la que registró el mayor monto exportado en 2016 con USD 8,262 millones, tendencia que también se registró en 2015; este tipo de productos tuvo una tasa de crecimiento promedio anual (en adelante TCPA) de 7% entre 2012 y 2016. El segundo grupo de mayor exportación correspondió a la sección de “Combustibles y lubricantes minerales y productos

conexos”, con USD 5,496 millones; mientras que el tercer lugar lo ocupó la sección “Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles”, con USD 1,131 millones FOB.

**Tabla 13**  
*Exportaciones según clasificación CUCI (miles USD FOB)*

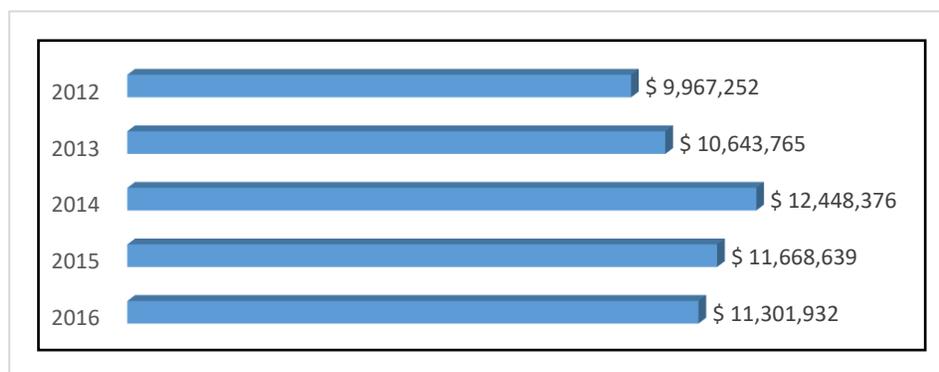
<b>Sección Cuci Rev. 4</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Tcpa</b>
Productos alimenticios y animales vivos	6.236.028	7.235.395	8.333.927	8.052.385	8.262.386	7%
Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos	13.797.503	14.107.148	13.276.041	6.661.856	5.495.717	- 21%
Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles	988.607	1.106.625	1.245.949	1.152.488	1.131.083	3%
Artículos manufacturados, clasificados según el material	642.997	662.799	661.625	616.872	595.463	-2%
Aceites, grasas y ceras de origen animal y vegetal	380.167	287.265	285.527	308.893	309.755	-5%
Maquinaria y equipo de transporte	707.042	337.870	342.148	340.284	297.226	- 19%
Mercancías no clasificadas	389.112	437.693	1.004.828	683.993	264.824	-9%
Productos químicos y productos conexos, no especificados en otra parte	380.394	330.048	294.170	270.630	222.852	- 13%
Artículos manufacturados diversos	192.283	195.256	215.538	183.035	160.092	-4%
Bebidas y tabacos	50.625	50.833	64.679	60.172	58.296	4%

CONTINÚA 

Total exportaciones	23.764.757	24.750.933	25.724.432	18.330.608	16.797.693	-8%
---------------------	------------	------------	------------	------------	------------	-----

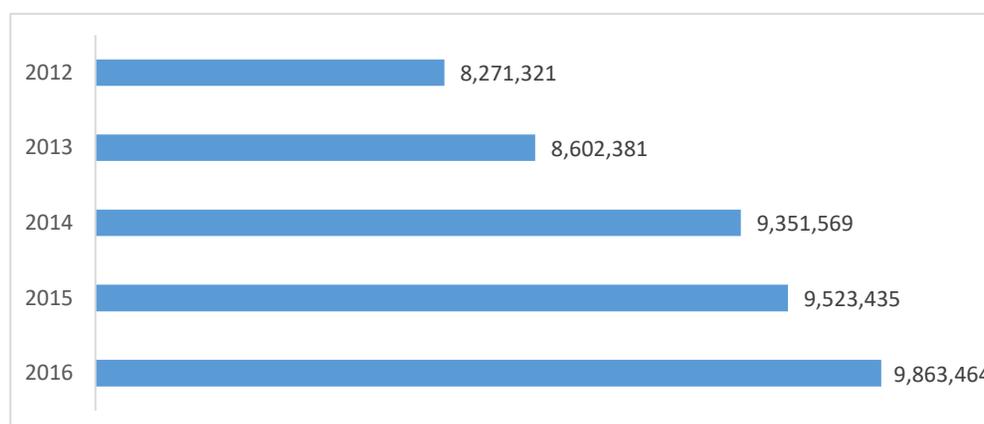
#### 4.5.2 Exportaciones No Petroleras.

Las exportaciones no petroleras ascendieron a USD 11,301 millones en el 2016, con una TCPA del 3.4% en el período 2012-2016; para el año 2015 estas exportaciones cerraron en USD 11,668 millones, alcanzando el monto más alto en el año 2014 con USD 12,448 millones y el menor monto en 2012 con USD 9,967 millones.



**Figura 9** Exportaciones No Petroleras ecuatorianas

Las exportaciones no petroleras en volumen de 2016 fueron de 9,863, 464 toneladas; para el año 2015 estas exportaciones cerraron en 9, 523,435 toneladas. La TCPA en el período 2012-2016 fue del 4.5%, alcanzando el volumen más alto en el año 2016. El menor volumen de exportaciones no petroleras se registró en 2012 con 8,271,321 toneladas.



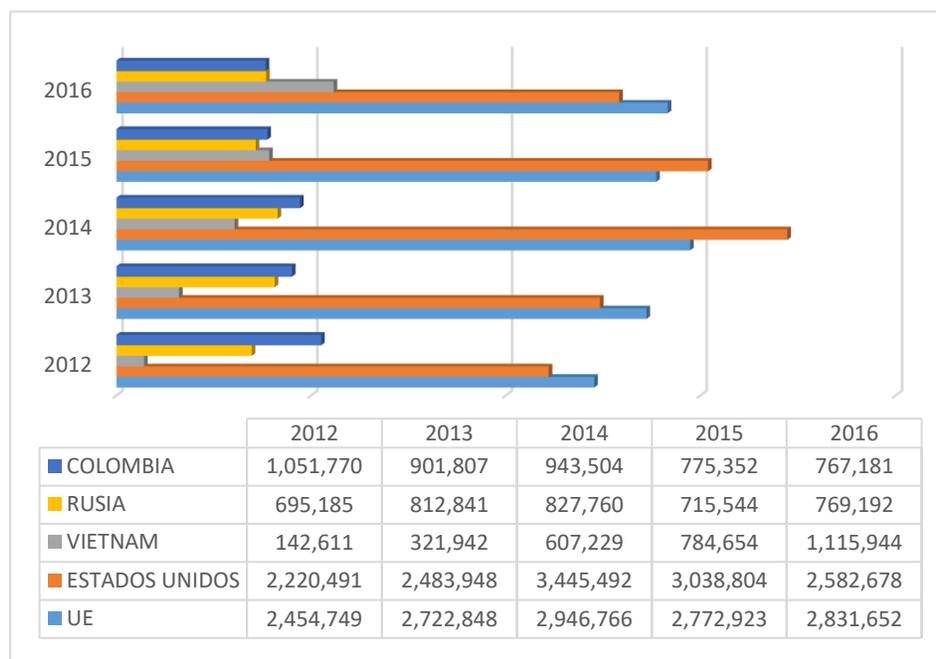
**Figura 10** Exportaciones No Petroleras Principales destinos (miles USD FOB)

#### 4.5.3 Exportaciones No Petroleras según Principales Mercados de Destino

En el año 2016 y con relación a los principales mercados de destino de las exportaciones no petroleras ecuatorianas, la Unión Europea fue el principal destino, con USD 2,832 millones; seguido por Estados Unidos, con USD 2,583 millones; y, Vietnam en tercer lugar con USD 1,116 millones. El cuarto puesto lo ocupó la Federación de Rusia con USD 769 millones y el quinto lugar le correspondió a Colombia con USD 767 millones. A estos cinco mercados le siguieron en orden de importancia: China, Chile, Perú, Argentina y Japón.

En el año 2015, Estados Unidos ocupó el primer puesto con USD 3,039 millones, seguido por la Unión Europea con USD 2,773 millones, Vietnam con USD 785 millones, Colombia con USD 775 millones y, la Federación de Rusia con USD 716 millones. En 2015, a estos

cinco principales mercados le siguieron en orden según monto de exportaciones no petroleras: China, Venezuela, Chile, Perú y Argentina.



**Figura 11** Exportaciones No Petroleras, Mercado de destino (FOB)

#### 4.5.4 Exportaciones No Petroleras por Principales Productos.

En cuanto a los principales productos de exportación no petrolera en 2016, el banano ocupó el primer lugar con USD 2,701 millones; seguido de camarones y langostinos, con USD 2,580 millones; cacao, con USD 621 millones; rosas, con USD 600 millones; y, atún, con USD 512 millones. Los siguientes productos en orden de importancia fueron: oro en barras y lingotes; listados y bonitos en conserva; aceite de palma; harina de pescado; y, extractos, esencias y concentrados de café.

Para 2015, el producto más importante fue banano con USD 2,706 millones FOB; seguido por camarones y langostinos, con USD 2,276 millones; y, el atún con USD 701 millones. Le siguen

en importancia cacao en grano, con USD 693 millones; y, oro en bruto (los demás), con USD 680 millones FOB.

**Tabla 14**  
*Principales exportaciones no petroleras (miles USD FOB)*

Producto	2012	2013	2014	2015	2016	TCPA
Banano	1.992.464	2.215.244	2.469.724	2.706.035	2.701.645	8%
Camarón y langostino	1.262.482	1.779.568	2.509.474	2.276.146	2.580.233	20%
Cacao en grano	344.807	422.665	576.290	692.781	621.427	16%
Rosas	533.332	612.088	697.617	604.459	600.569	3%
Atún en conserva	821.168	997.540	999.799	700.515	512.605	-11%
Oro (barras y lingotes)	387.101	395.113	731.838	680.409	261.729	-9%
Listados y bonitos en conserva	4.539	34.316	5.592	6.335	228.758	166%
Aceite de palma	212.460	129.322	164.321	165.992	180.035	-4%
Harina de pescado	113.439	144.645	104.138	111.174	148.196	7%
Café, extractos y esencias	185.579	189.592	153.045	126.639	129.536	-9%

#### 4.6 Situación Comercial entre Ecuador y la Unión Europea.

Dentro de los principales productos exportados por Ecuador a la Unión Europea figuran el banano con una participación de mercado del 30.95% según lo indica la tabla número 15 para el Ecuador la exportación de pulpa de maracuyá hacia la Unión Europea no representa unos de los principales productos agrícolas de exportación pese a las ventajas comparativas que este posee, por lo que se desperdicia una gran oportunidad de negocio.

**Tabla 15***Productos Exportados a la Unión Europea por Partida Arancelaria*

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>FOB</b>	<b>PART</b>
0803.90.11.00 bananas frescas tipo «Cavendish Valery»	496.058	30,95%
1604.14.20.00 listados y bonitos	246.208	15,36%
0306.17.99.00 los demás camarones, langostinos y demás decápodos.	235.870	14,72%
104.14.10.00 atunes en conserva	108.016	6,74%
1801.00.19.00 cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	85.906	5,36%
0603.11.00.00 rosas frescas cortadas	71.035	4,43%
0306.17.19.00 los demás langostinos (género de las familias penalidad)	51.343	3,20%
1511.10.00.00 aceite de palma en bruto	29.591	1,85%
2101.11.00.00 extractos, esencias y concentrados de café	29.032	1,81%
0306.16.00.00 camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría	25.105	1,57%

#### **4.6.1 Barreras comerciales de acceso a la Unión Europea**

Europa es un mercado muy exigente en temas de calidad e inocuidad. En esto, las certificaciones que tienen las empresas juegan un papel decisivo. Los sellos de calidad ya no son un 'plus', sino un requerimiento básico, asegura (Rivadeneira, 2015), "Las certificaciones orgánicas, de comercio justo, de sostenibilidad con el ambiente... marcan el camino".

El mercado de la Unión Europea tiene un alto nivel de exigencia. Una serie de requisitos son necesarios para ingresar los productos ecuatorianos. Además, los clientes demandan más de las marcas y las empresas. Uno de los principales requerimientos para que un producto de cualquier parte del mundo llegue a la Unión Europea es la calidad. Además, todos los productos que ingresan cumplen con los requisitos del bloque para proteger la salud humana y animal, el medioambiente y los derechos de los consumidores.

La Unión Europea mantiene su propia ley general de alimentos (Ecuador) 178/2002 (Oj L-31 01/02/2002), la cual establece parámetros obligatorios para ingresar al mercado europeo. Los principios básicos de esta ley son: seguridad alimentaria, principio preventivo y trazabilidad.

- **Seguridad alimentaria:** Los productos deben ser seguros, no perjudiciales para la salud y adecuados para el consumo humano.
- **Principio preventivo:** Todo alimento debe pasar por un análisis científico de riesgo, el cual consiste en una evaluación de riesgo y análisis de riesgo por parte de la autoridad de seguridad alimentaria.
- **Trazabilidad:** la cadena productiva y el origen de todos los ingredientes del producto deben ser perfectamente detallados a la autoridad encargada.

#### **4.6.2 Tipos de Barreras no arancelarias impuestas por la Unión Europea.**

La Unión Europea al ser un bloque económico fuerte y desarrollado impone una serie de barreras no arancelarias, entendiéndose como “a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características”. (PROECUADOR, 2013.)

Las principales barreras no arancelarias que la Unión Europea exige para ingresar un producto o servicio a sus mercados son:

- Barreras sanitarias y fitosanitarios.
- Barreras medioambientales.
- Barreras técnicas.

- Barreras de comercialización.

**Barreras Sanitarias:** la Unión Europea evita el ingreso de mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

**Barreras fitosanitarias:** las barreras fitosanitarias están destinadas a prevenir la acción de, o destruir directamente, insectos (insecticidas), ácaros (acaricidas), moluscos (molusquicidas), roedores (rodenticidas), hongos (fungicidas), malas hierbas (herbicidas), bacterias (antibióticos y bactericidas) y otras formas de vida animal o vegetal perjudiciales para la salud pública y también para la agricultura (es decir, considerados como plagas y por tanto susceptibles de ser combatidos con plaguicidas); durante la producción, almacenamiento, transporte, distribución y elaboración de productos agrícolas y sus derivados.

Para exportar vegetales o productos vegetales (incluidas frutas, verduras y productos de madera) a la Unión Europea, se debe asegurar de que los productos cumplen la normativa de la Unión Europea relativa a la Fito sanidad. La Unión Europea ha establecido una serie de requisitos fitosanitarios con el fin de prevenir la introducción y la propagación en la Unión Europea de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales. Los requisitos suponen principalmente que:

- No se permite importar en la Unión Europea determinados organismos clasificados, a menos que se den unas circunstancias concretas.
- Los vegetales y los productos vegetales que se especifican deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario.

Se debe tener en cuenta que los requisitos fitosanitarios también se aplican a la madera empleada para empaquetar y embalar alimentos y productos no alimenticios. Por tanto, aunque el objetivo principal sea exportar, por ejemplo, productos pesqueros o juguetes, también se deberá tomar en consideración los requisitos fitosanitarios, si se utiliza madera como parte de los materiales de los paquetes en los que va a enviar los productos. Los productos vegetales procesados como los muebles u objetos de madera no están sujetos a estos requisitos.

**Barreras medioambientales:** Estas barreras son cada vez más importantes e incluye distintas normativas que exigen a los productos extranjeros el cumplimiento de ciertas normas medioambientales:

- Envases reciclables.
- No utilización en su elaboración de determinados componentes contaminantes, etc.

**Barreras Técnicas:** Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Los principales requisitos se refieren a seguridad de los productos, normalización técnica, envasado y etiquetado.

**Barreras de Comercialización:** requisitos específicos relativos a la calidad del producto.

Los requisitos del sistema de comercialización común para los productos agrícolas varían en función del producto y tienen en consideración distintos aspectos como:

- La frescura, tamaño, calidad, presentación, tolerancias, etc.
- Las normas de comercialización para los productos de la pesca contemplan la clasificación por calidad, tamaño o peso, envasado, presentación y etiquetado.

- Los países de la Unión Europea llevan a cabo controles físicos y documentales para garantizar que los productos importados son conformes con estas normas de comercialización.

De esta manera es como la Unión Europea asegura la seguridad de su población, exigiendo calidad a todo producto que desee ingresar a estos mercados. Las buenas prácticas de manufactura y certificados de calidad son esenciales a la hora de acceder a países miembros de la Unión Europea, lo que hace a los productos más competitivos frente a la competencia.

#### **4.7 Características de los Consumidores.**

Las siguientes características del comportamiento del consumidor determinan la demanda de productos en la Unión Europea, mismas que deberían tomarse en cuenta por los exportadores al momento de desarrollar estrategias de exportación:

**Tabla 16***Perfil de Consumidor de la Unión Europea*

<b>Calidad y servicio:</b>	<b>El consumidor prefiere productos de la más alta calidad y exige información sobre las características y el uso del producto, así como asistencia en caso de dificultades</b>
Conveniencia:	La convivencia y ahorro de tiempo estimulan la demanda de productos refrigerados, congelados, precisos y listos para consumir, en un mercado con alto poder adquisitivo, un precio alto es aceptado a cambio de convivencia
Alimentos saludables, orgánicos y exóticos:	La demanda de alimentos nutritivos bajos en grasas y azúcar, y que contiene componentes bacteriológicos para e, buen funcionamiento digestivo se ha incrementado en los últimos años. La creciente preocupación por los defectos de la agricultura intensiva en el ambiente ha fortalecido la tendencia "orgánica" aunque todavía es un pequeño porcentaje del consumo total. El consumo de frutas exóticas y productos fuera y vegetales tradicionales continúan dominando el mercado de la Unión Europea.
Imagen y responsabilidad social:	Las políticas de las compañías multinacionales, la degradación del medio ambiente causada por la producción a gran escala, así como las condiciones laborales de los obreros y campesinos en países en desarrollo preocupan cada vez más a los consumidores europeos. Dichas empresas están cada vez más conscientes de su imagen y ha implementado programas de responsabilidad social empresarial para garantizar que sus productos son "inocuos" en términos ambientales y sociales
Compras por tv e internet:	Las telecomunicaciones modernas permiten las compras desde el hogar y la oficina y brindan nuevas oportunidades para los exportadores
Consumidor educado:	El alto nivel de educación hace que los consumidores exijan productos debidamente etiquetados con la mayor información posible de trazabilidad del producto a lo largo de toda la cadena productiva

## **4.8 Análisis de la Producción Nacional del Maracuyá.**

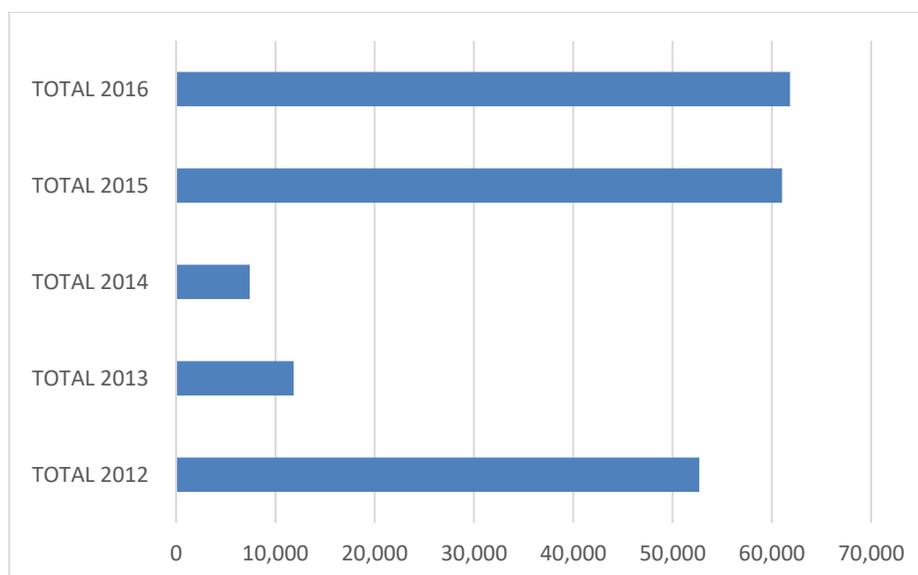
### **4.8.1 Producción Nacional del Maracuyá.**

En términos de producción podemos concluir que para el año 2016 sufre un ligero incremento de 814 mil toneladas métricas más con relación al año 2015, para los años 2014 y 2013 no reflejan cifras positivas de producción sufriendo una baja significativa, el año una producción significativa de las 52.000 toneladas métricas, este incremento no necesariamente predice para los siguientes años un alza tal y como lo muestra el gráfico. El TCPA para el cultivo solo no sufre ningún incremento a lo largo de los 5 años de estudio siendo su pico más alto de producción el año 2016 con relación a la producción del cultivo asociado que su TCPA refleja una variación anual del 18% siendo el año 2015 su mayor incremento de producción.

En los últimos años la producción nacional del maracuyá ha tenido un resultado muy variable de acuerdo con el cuadro, como podemos observar el rendimiento de tonelada métrica por hectárea ha tenido rendimientos altos y bajos, un efecto decreciente de acuerdo con la crisis mundial que se aconteció poco a poco en los años siguientes ha incrementado.

**Tabla 17**  
*Producción Cultivos Permanentes.*

Cultivos Permanentes		Superficie					
		Total 2012	Total 2013	Total 2014	Total 2015	Total 2016	TCPA
Maracuyá (Fruta Fresca)	Solo	43.223	10.475	6.370	40.801	43.380	0%
	Asociado	9.462	1.357	1.059	20.219	18.454	18%
		52.685	11.832	7.429	61.020	61.834	



**Figura 12** Producción Cultivos Permanentes por Toneladas

#### 4.8.2 Superficie Plantada

Realizando un análisis de la superficie plantada, en lo que respecta a cultivos permanentes caso específico del maracuyá, la superficie presenta un decremento de 247 hectáreas no plantadas para el periodo 2016 con relación al 2015 siendo el 19.95% menos como se puede observar en el

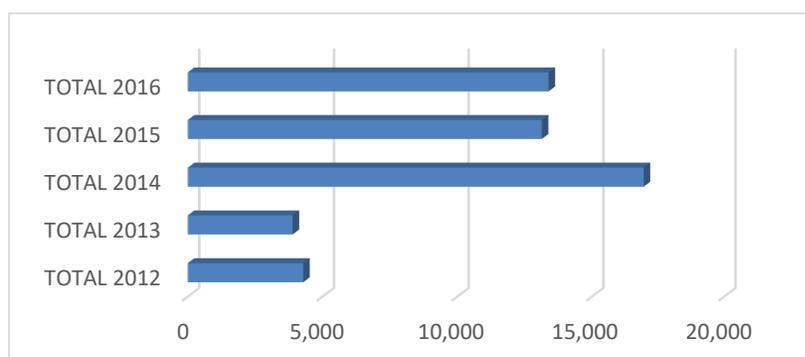
grafico al año 2014 es el pico más alto de producción, sin embargo estableciendo una relación a lo largo de los últimos 5 años el TCPA refleja un TCPA del 22%, el área a nivel nacional destinada a cultivos del maracuyá ocupa 13.389 hectáreas, siendo en la región costa la mayor cantidad de hectáreas sembradas representado el 74.12% de la superficie.

Las provincias que representan más del 60% de la producción nacional son Manabí, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas.

**Tabla 18**  
*Superficie Plantada de Cultivos Permanente por Hectáreas*

Cultivos Permanentes		Periodo					TCPA
		Total 2012	Total 2013	Total 2014	Total 2015	Total 2016	
Maracuyá (Fruta Fresca)	Solo	3.696	3.173	11.547	9.465	8.295	22%
	Asociado	590	715	5.404	3.676	5.094	71%
		4.286	3.888	16.951	13.140	13.389	33%

Los resultados de esta tabla se obtienen como Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2002-2016



**Figura 13** Superficie Plantada de Cultivos Permanentes

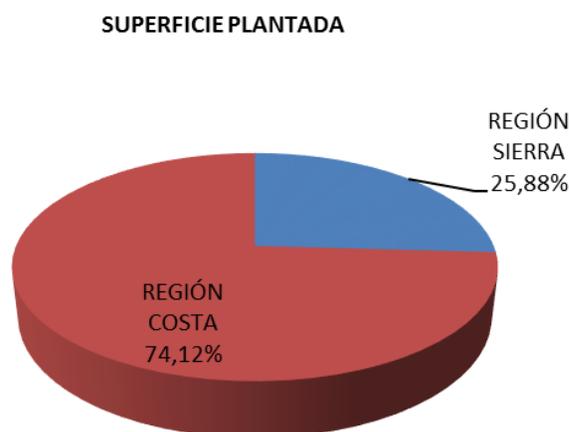
Cuatro provincias lideran el cultivo del maracuyá a nivel nacional, siendo Manabí la primera provincia productora con una superficie plantada de 3.687 hectáreas, seguido por la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas con 2.680, Los Ríos 2.494 y Esmeraldas 2.198, por ende la región costa es la líder en producción del maracuyá con el 74.12% frente al 25.88% de la región sierra de representación a nivel nacional La ventaja de la región costa surge por ubicación geográfica, su clima cálido y húmedo condición favorable para el crecimiento y desarrollo adecuado de la planta de maracuyá.

**Tabla 19**  
*Superficie Plantada por Provincias*

Provincia	Superficie (Has.)	
		Plantada
Azuay	Solo	50
	Asociado	16
Bolívar	Solo	.
	Asociado	8
Cotopaxi	Solo	.
	Asociado	189
Chimborazo	Solo	40
	Asociado	.
Loja	Solo	165
	Asociado	.
Pichincha	Solo	138
	Asociado	.
Santo Domingo de los Tsáchilas	Solo	1.777
	Asociado	1.082
El Oro	Solo	222
	Asociado	126
Esmeraldas	Solo	1.668
	Asociado	530
Guayas	Solo	851
	Asociado	253

CONTINÚA 

Los ríos	Solo	921
	Asociado	1.573
Manabí	Solo	2.360
	Asociado	1.318
Santa Elena	Solo	101
	Asociado	.



*Figura 14* Superficie Plantada por Región

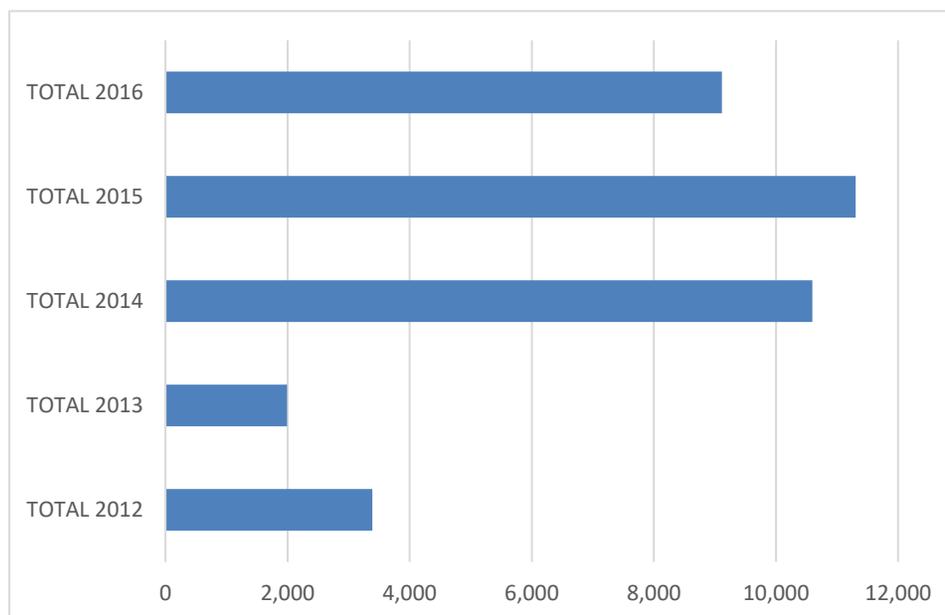
#### 4.8.3 Superficie Cosechada del Maracuyá.

Si comparamos la evolución de la cosecha del maracuyá podemos establecer que para el año 2016 sufre un importante decrecimiento de 1.787 hectáreas no cosechadas, factores como el cambio climático surgido en los últimos meses del año son causantes de la variación en la producción del producto, ya que enfermedades que se propagan rápidamente por los cultivos tienen repercusiones tan importantes al momento de cosechar el maracuyá ocasionado pérdidas económicas importantes para el productor. Los años 2012 y 2013 reflejan una variación del 4.38% siendo el 2012 el que posee una leve ventaja sobre el 2013. El cultivo posee una TCPA

que representa el 90% de incremento a lo largo de los 5 años de estudio tal y como lo muestra la tabla a continuación.

**Tabla 20**  
*Superficie Cosechada de Cultivos Permanentes por Hectáreas*

Cultivos Permanentes		Periodo					TCPA
		Total 2012	Total 2013	Total 2014	Total 2015	Total 2016	
Maracuyá (Fruta Fresca)	Solo	2.974	1.702	7.470	7.926	5.341	16%
	Asociado	414	289	3.124	3.378	3.776	74%
		3.388	1.991	10.594	11.304	9.117	90%



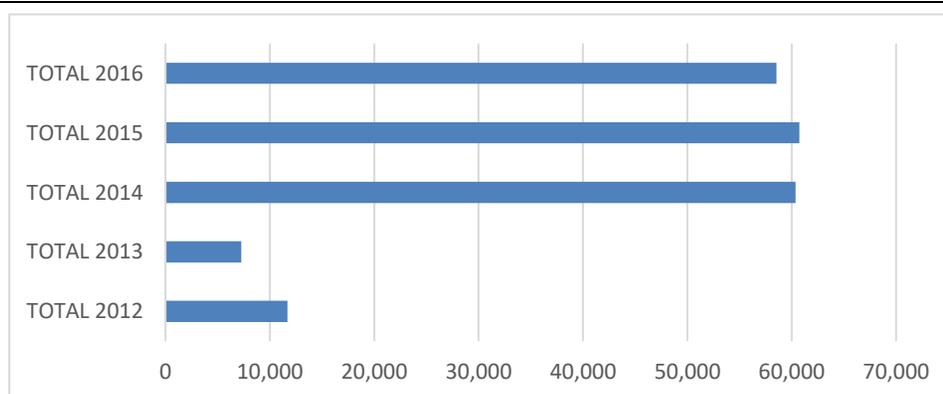
**Figura 15** Superficie Cosechada de Cultivos Permanentes

#### 4.8.4 Ventas Nacionales del Maracuyá.

Las ventas del maracuyá para el año 2004, 2015 y 2016 sufren una variación del 15% en la ventas, misma que están ligadas a la cosecha de la fruta siendo así que si se incrementa la producción nacional no necesariamente esta se traduce en mayores ventas ya que a lo largo del proceso evolutivo del cultivo del maracuyá diversos factores alteran el normal curso del proceso de venta, lo que conlleva a que el agricultor desista de trabajar la tierra y migre a la ciudad o a exterior en busca de una mejor calidad de vida. Para los años 2012 y 2013 existe una variación de 4.407 toneladas más producidas en el año 2012. A pesar de bajar el nivel de ventas a lo largo de los últimos el cultivo del maracuyá tiene una TCPA del 50% siendo el 2015 su punto más alto.

**Tabla 21**  
*Ventas de Cultivos Permanentes por Toneladas Métricas*

Cultivos Permanentes		Periodo					TCPA
		Total	Total	Total	Total	Total	
		2012	2013	2014	2015	2016	
MARACUYÁ (FRUTA FRESCA)	Solo	10.339	6.224	40.407	42.494	40.274	40%
	Asociado	1.341	1.049	19.974	18.243	18.250	92%
		11.680	7.274	60.381	60.737	58.524	50%



**Figura 16** Ventas Cultivos Permanentes

#### 4.9 Análisis de las Exportaciones del Maracuyá

El comercio de frutos frescos tales como maracuyá, granadilla, tomate de árbol, chirimoya, guanábana y naranjilla aumentó en el año 2015 respecto al año 2016, reflejando el aumento de la producción mundial de dichos cultivos. El incremento registrado en las exportaciones de estos productos fue de 63% mientras que en las importaciones fue de

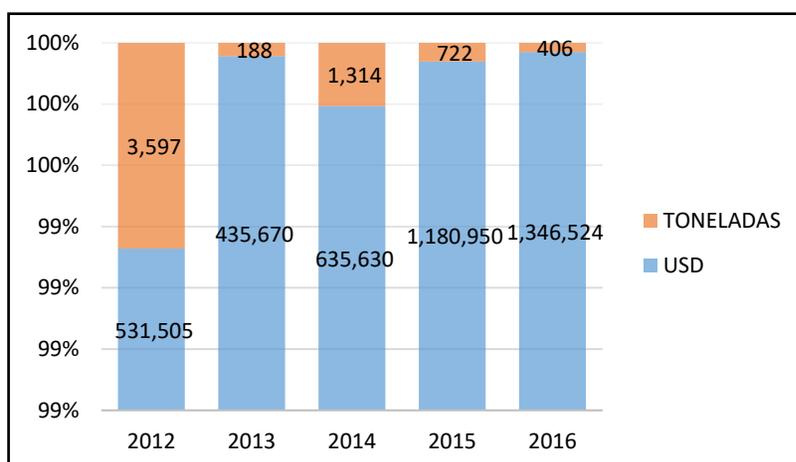
20%; alcanzando en los dos rubros volúmenes altos durante el periodo analizado (2012 - 2016). (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, 2016)

Las exportaciones ecuatorianas de la pulpa de maracuyá durante el año 2013 disminuyeron (12%) en relación al año anterior, sin embargo, el a lo largo de los años 2014, 2015,2016 surge un incremento (22.65%). Esto implica un mayor abastecimiento del mercado internacional mediante la producción nacional de dicho cultivo. Sin embargo, la tasa de crecimiento promedio anual en la exportación en tonelaje no es positiva esto puede darse porque los precios del maracuyá pueden ser representativos para poder obtener mejores ingresos.

**Tabla 22**

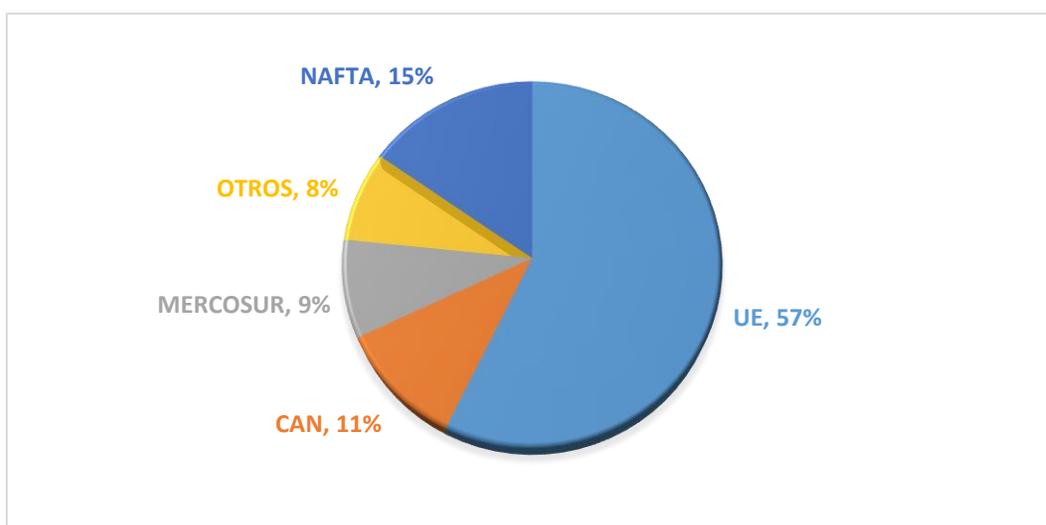
*Evolución de la Exportación de la Pulpa de Maracuyá*

<b>Año</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>TCPA</b>
USD	531.505	435.670	635.630	1.180.950	1.346.524	26%
Toneladas	3.597	188	1.314	722	406	-42%



**Figura 17** Evolución de la Exportación de la Pulpa del Maracuyá

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el 57% de las 6.227 toneladas que se exportaron a largo del año 2012-2016 de pulpa de maracuyá que exporta el país, se dirige al mercado europeo.



**Figura 18** Participación de la Pulpa Maracuyá en el Mercado Exterior

#### 4.10 Comprobación de la Hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se utilizó el programa Microsoft Excel mediante el modelo estadístico del coeficiente de correlación de Pearson que es un índice cuyos valores absolutos oscilan entre 0 y 1. Cuanto más cerca de 1 mayor ser la correlación, y menor cuanto más cerca de cero existe. (Roberto, Metodología de la Investigación, 1991).

Teniendo como base la información obtenida, se procede a verificar la hipótesis planteada, con relación de las variables dependientes e independientes:

**Hipótesis Nula:** La demanda del maracuyá en el mercado europeo influye en la capacidad de producción de los agricultores.

**Hipótesis Alternativa:** La demanda del maracuyá en el mercado europeo no influye en la capacidad de producción de los agricultores

**Tabla 23**  
*Cuadro Comparativo de Exportación Versus la Producción*

Año	Exportación	Producción
	Toneladas Métricas	
2012	3.597	4.286
2013	188	3.888
2014	1.314	16.591
2015	722	13.140
2016	3.597	13.389



**Figura 19** Exportación Versus la Producción

**Tabla 24**  
*Correlación de Pearson*

	Exportación	Producción
Exportación	1	
Producción	-0,02729829	1

#### 4.10.1 Interpretación de la hipótesis

Analizando los resultados obtenidos al correlacionar la variable Independiente y dependiente nos arroja un valor de  $-0.027$  existiendo una nula corelación, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir se comprueba que la producción nacional del maracuya no está en función de la demanda del mercado Europeo.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Introducción**

Para Ecuador desde el 1 de enero de 2017, entro en vigor el Acuerdo Multipartes firmado con la Unión Europea, esto significa un hecho histórico en las relaciones bilaterales, porque abre la puerta para incentivar los flujos comerciales entre ambas partes y además establece un marco jurídico para atraer más inversiones, y así también convierte a las partes en socios igualitarios. (Marianne, 2017)

Ecuador tradicionalmente es un país agrícola convirtiéndose en el principal proveedor mundial del banano, la firma del acuerdo con la Unión Europea abre un nicho mercado para poder incrementar considerablemente la participación de mercado con la exportación de otras frutas no tradicionales como lo es el maracuyá en sus diversas variaciones.

#### **5.2 Justificación**

Mediante la revisión de información documental y estadísticas oficiales de diferentes fuentes nacionales e internacionales, con la finalidad de caracterizar el sector agropecuario ecuatoriano y determinar el problema al que están destinados los agricultores los resultados de la investigación muestran que Ecuador es solo un productor mas no un exportador por ellos surge la necesidad de emprender una propuesta que estudie la potencialización de la comercialización del maracuyá desde el punto de vista como una estrategia de negocio que mejore la competitividad del país.

Con base en lo anterior, se identifican dos medios para lograr el propósito señalado:

- Incentivos a la producción y comercialización.

- Incentivos para la promoción comercial y fomento a las exportaciones.

La visión estratégica para el desarrollo exportador de los pequeños productores es construir un nuevo sistema de estrategias comerciales del campo sustentado en un sector agro productivo, competitivo, rentable, sustentable, que garantice la igualdad de participación de mercado y que beneficie a todos los entes que integran la cadena productiva y exportadora del país. En este sentido los objetivos de la propuesta son los siguientes:

### **5.3 Objetivos**

#### **5.3.1 Objetivo general**

Diseñar una propuesta de potencialización de la producción y comercialización de la pulpa del maracuyá al mercado europeo.

#### **5.3.2 Objetivos específicos**

- Estimular un programa que contribuya a mantener o mejorar el ingreso de los productores agropecuarios a través de brindar certidumbre en la comercialización.
- Desarrollar estrategias de Incentivos para Administración de Riesgos de Mercado.
- Socializar la comercialización del maracuyá.

### **5.4 Metodología**

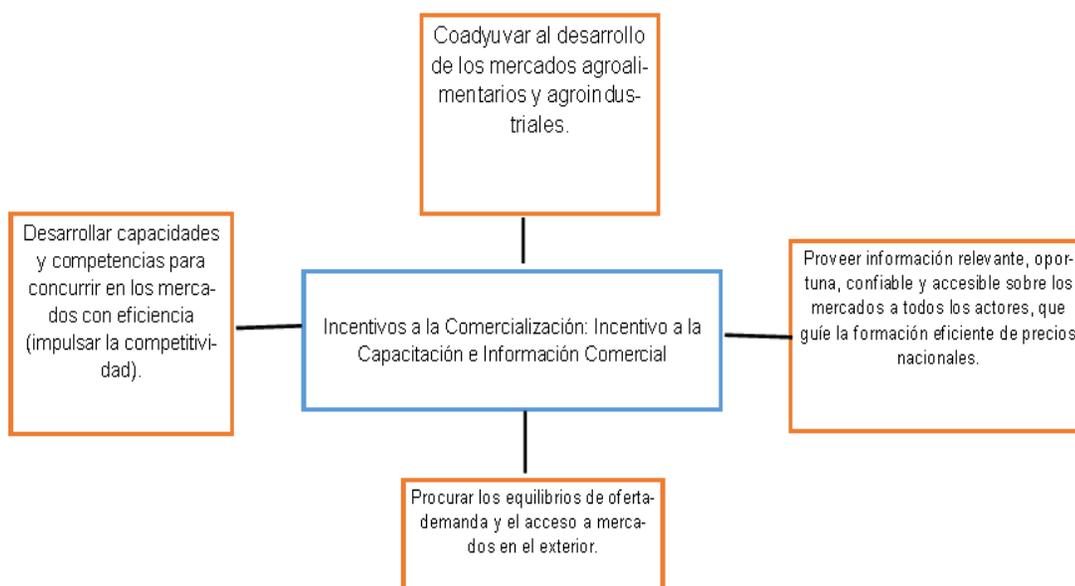
Apunta a describir la interacción y el uso de las estrategias de comercialización dando paso a una reingeniería de procesos.

## 5.5 Desarrollo de la Propuesta

Como objetivo de potencializar la producción y comercialización de la pulpa de maracuyá al mercado de la Unión Europea se plantean estrategias para estimular un programa que contribuya a mantener o mejorar el ingreso de los productores agropecuarios a través de brindar certidumbre en la producción y comercialización.

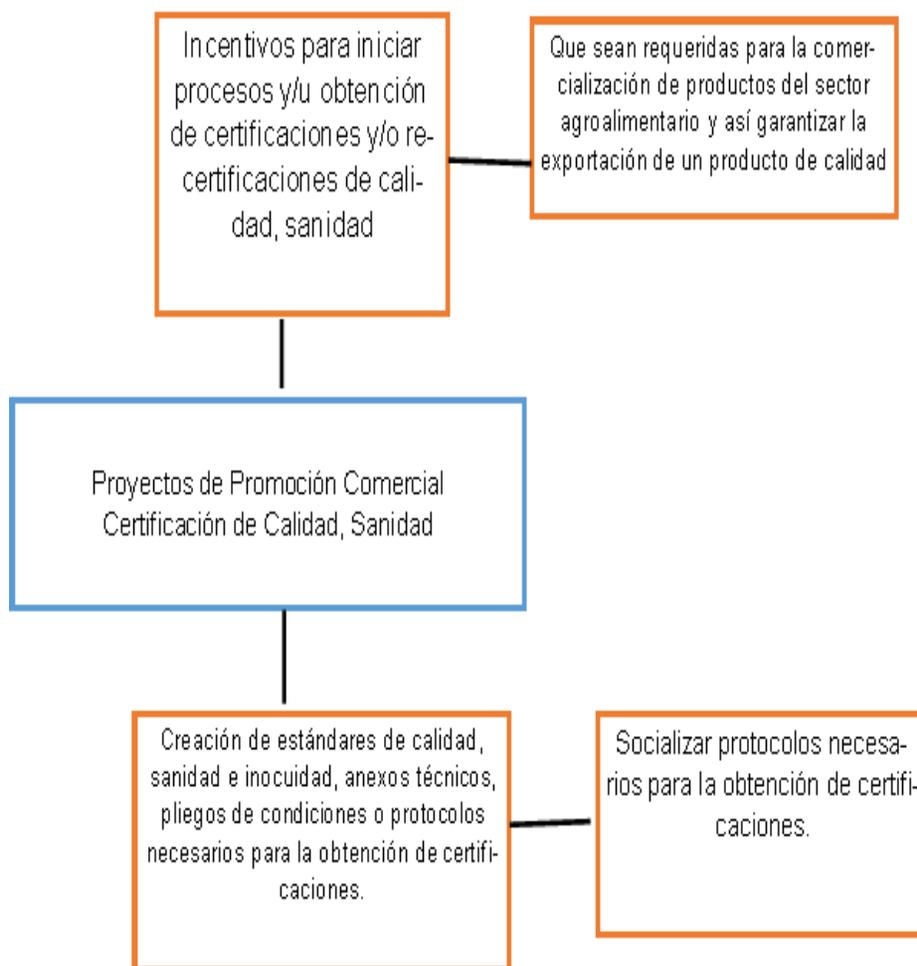
A continuación, se presentan estrategias que fomenten el conocimiento adecuado para una buena comercialización.

### 5.5.1 Capacitación e Información Comercial



**Figura 20** Capacitación e Información Comercial

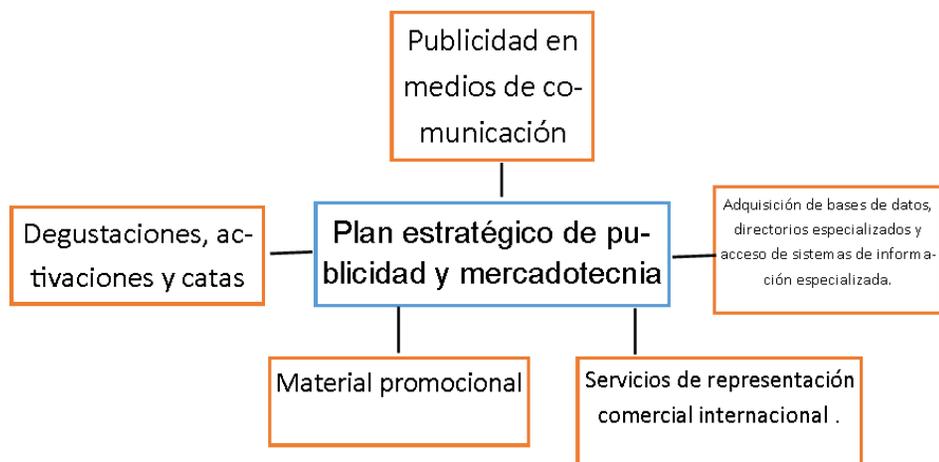
### 5.5.2 Componente Promocional Comercial y de Exportaciones



**Figura 21** Componente Promocional Comercial y de Exportaciones

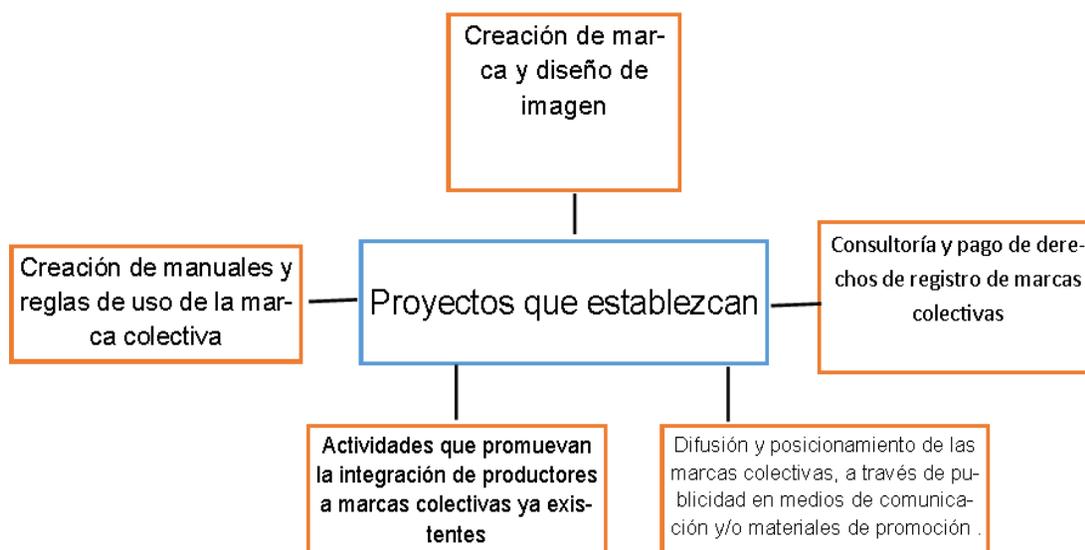
### 5.5.3 Campañas Nacionales e Internacional de Productos Agroalimentario

Plan estratégico de publicidad y mercadotecnia de productos del sector agroalimentario que incluye:



*Figura 22* Campañas Nacionales e Internacional de Productos Agroalimentario

### 5.5.4 Promoción, Gestión y Trámite de Marcas Colectivas



*Figura 23* Promoción, Gestión y Trámite de Marcas Colectivas

### **5.5.5 Herramientas de Información**

Es muy común escuchar que los pequeños agricultores desconocen de las políticas estatales y de los beneficios que estas logran y se convierte en una desventaja. Para ello es importante que el estado canalice a través de sus entidades seccionales actividades que apoyen:

- Diseño y compilación de información;
- Actualización de información;
- Elaboración de versión electrónica e impresa;
- Difusión; y
- Servicios de Traducción
- Creación y mejora de versión electrónica y herramientas digitales para apoyar la comercialización de productos del sector agroalimentario.
- Ferias Virtuales
- Estudios y diagnósticos comerciales de mercados nacionales e internacionales pero que no solo se queden en archivos si no que los socialicen con la parte interesada.

Ecuador, es un país que en temas de desarrollo agrícola no ha contado históricamente con una política pública específica que garantice un comercio justo para la agricultura familiar, se ha considerado a este sector más bien como un objeto de asistencia social invirtiendo miles de dólares en asistir a población y no en términos del rol que puede jugar en el desarrollo nacional, de manera que las políticas relacionadas con la agricultura familiar han sido incorporadas a la política agrícola general, siendo limitadas y, a veces, poco claras. Las políticas públicas orientadas al sector agropecuario han tendido a favorecer un modelo agroexportador por sobre la

pequeña agricultura, quedando relegada, a pesar de que, en términos del número de productores y de la superficie involucrada, representa un porcentaje significativo, así como en su aporte respecto de la producción de alimentos relevantes.

En la actualidad el MAGAP concentra las políticas y programas que atienden los temas ligados al fomento agropecuario y en donde entran los pequeños productores es el encargado de socializar proyectos inclusivos donde convergen pequeños, medianos y grandes productores. El problema surge que estas entidades poseen un equipo de trabajo que muchas veces no cuentan con los recursos, estudios y capacitaciones adecuadas para socializar los proyectos, ocasionando la falta de credibilidad en esta institución

### 5.5.6 Canal de Comercialización

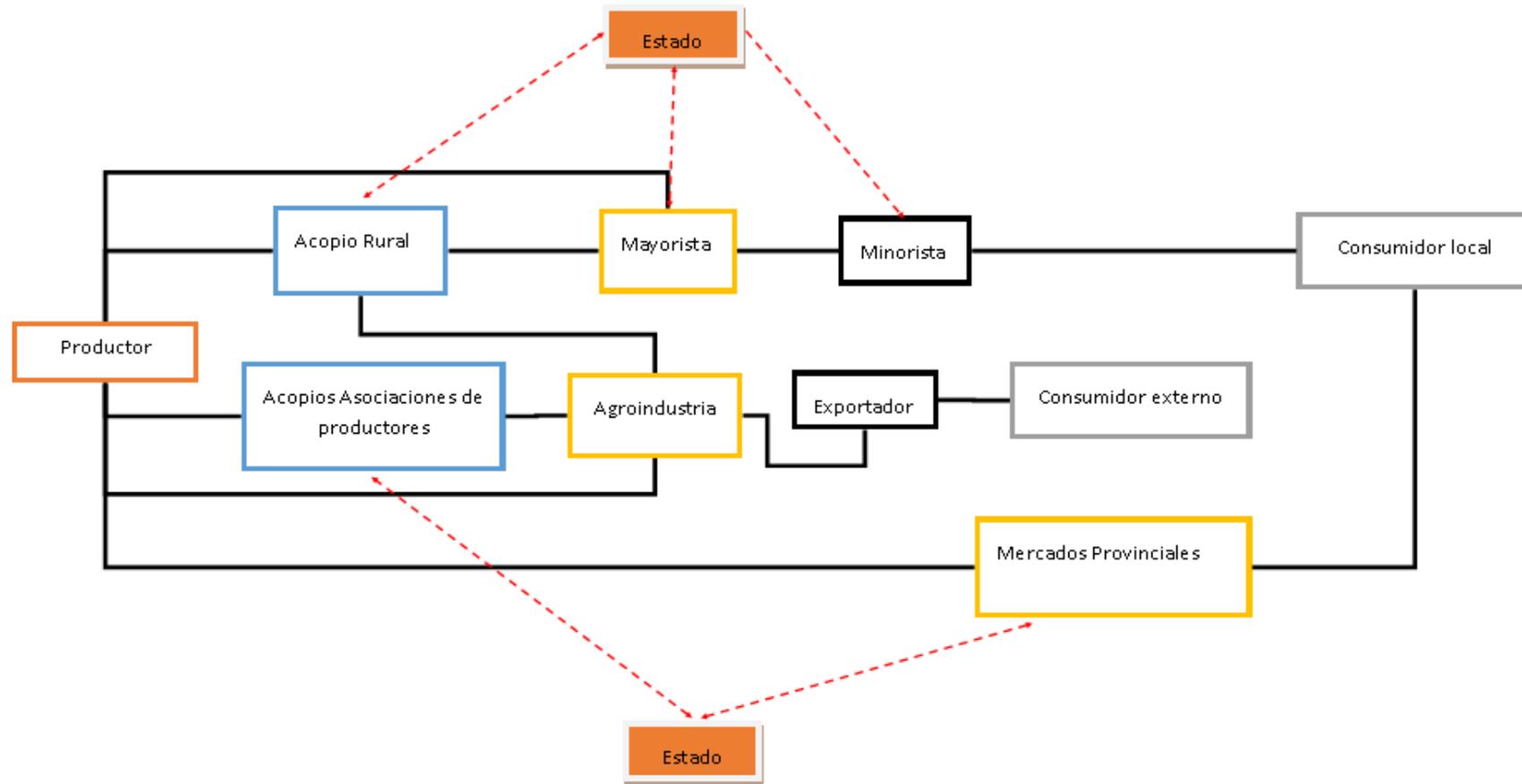


Figura 24 Canal de Comercialización

Principales ventajas de la integración en la comercialización propuesta.

- El fortalecimiento de los actores participantes.
- Mayor rentabilidad en la producción obteniendo mejores precios y reduciendo los costos.
- Disminución del riesgo de intermediarios.
- Facilidad en el acceso a los mercados.
- Acceso a información de mercados.
- Incrementa la participación de mercado.

Sin duda alguna el estado siempre debe estar presente regulando precios y articulando de forma equitativa el mercado para así poder lograr que los pequeños productores tengan una rentabilidad y prosperen en conjunto con el país estableciendo un comercio justo.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Introducción

El presente trabajo de Investigación a través de todos los procesos que se elaboraron se obtiene información relevante con la cual se pueden determinar las siguientes conclusiones y recomendaciones de estudios.

#### 6.2 Conclusiones

- Se puede concluir que luego de realizar la investigación el Ecuador es un país productor de maracuyá pero que dicha producción no va en función de la demanda existente por lo que se pierde la oportunidad de tener una participación de mercado internacional.
- En el estudio evolutivo de las exportaciones de la pulpa de maracuyá podemos concluir que el Ecuador a lo largo de los últimos 5 años no ha mejorado su estrategia de exportación perdiendo la ventaja comparativa que posee por encima de otros países.
- Con la propuesta de la estrategia de la potencialización de la producción y comercialización podemos concluir que el Estado es el ente que debe regular y controlar la forma de producción y comercialización para que sea justa y equitativa para todos los entes que intervienen. Promoviendo capacitaciones constantes para que los agricultores estén informados de los cambios políticos y nichos de mercados, la asociatividad debe ser también un pilar fundamental dentro de la producción y comercialización ya que es una forma de auto defenderse de los intermediarios que son los que más ganan dentro del proceso de comercialización.

### 6.3 Recomendaciones

- El Estado debe diseñar y establecer un mecanismo integral de aseguramiento de la competitividad de mercado, que comprenda los diferentes eslabones de la cadena de valor, desde la producción hasta la comercialización, fomentando la inclusión financiera y la gestión eficiente de los recursos.
- Priorizar las capacitaciones que promuevan la producción responsable, para elevar la calidad de los productos para elevar la competitividad del sector.
- Impulsar la cultura de la asociatividad que promuevan mecanismos que ayuden a mejorar la Comercialización local e internacional.
- Desarrollar estrategias de coberturas de precios que permitan asegurar niveles rentables de ingreso de quienes producen y compran.
- El resultado del estudio debería ser aplicado por los organismos de control porque promueve un comercio justo y equitativo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, G. L. (2009). Intercambio Comercial Unión Europea -Comunidad Andina. 133-150.
- Appleyard, R. (2003). Economía Internacional. McGraw-Hill.
- Arellano, M. R. (2009). *Conducta del consumidor Estrategias y Políticas aplicadas al marketing*.
- Camargo, G. (10 de 11 de 2010). La Maracuyá. Obtenido de <http://lamaracuya.blogspot.com/>
- Carrau, Á. P. (2012). *Los acuerdos entre la Unión Europea y América Latina y la extensión de los proyectos de integración*. Revista de Humanidades.
- Casa Luker. (04 de 11 de 2015). Mercadeo del Maracuyá. Neiva.
- Clemencia, M. A. (2006). Negocios Internacionales Estrategias globales. Bogotá: Editorial y Publicaciones.
- Corporación Colombia Internacional. (2002). Perfil del producto maracuyá. *Inteligencia de Mercados, 19*, 1-12.
- Eugenia, A. E. (2016). Maracuyá en busca de mejora competitiva. *Revista EL AGRO*. Obtenido de <http://www.revistaelagro.com/maracuya-en-busca-de-mejora-competitiva/>
- EXOFRUT Tropical Juices & Concentrates. (2015). *Informe Economico*. Obtenido de <http://www.bolsadequito.info/uploads/prosp/e-h/exofrut/obligaciones/exofrut%20obl%202015.pdf>
- Federic, S. (2004). La Nueva Teoría del Comercio Internacional y la Política Comercial Estratégica. 110.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas. (2011-2030). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Obtenido de

<https://observatoriotic.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/PDOT-2030-GADMSD.pdf>

Grant, M. (2014). Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. S.L. Civitas Ediciones.

Guerra, D. D. (2013). Rendimiento y calidad de la fruta del maracuyá amarillo (*passiflora edulis* fo. *Flavicarpa* o. Deg.) En respuesta a la combinación del riego y la fertilización. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231130851013>

Hernández Sampieri, R. (1991). Metodología de la Investigación. México: MCGRAW-HILL.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1997). *Estudio Global para Identificar Oportunidades del Mercado de Frutas y Hortalizas de la Region Andina*. Quito: Prociandino.

Jácome, H. (2012). *El retorno de las carabelas: Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea*. FLACSO.

Jacques, L. J. (1995). Marketing Estratégico. McGraw-Hill.

Jaume, P. C. (2016). *La política agropecuaria ecuatoriana: hacia el desarrollo territorial rural sostenible: 2015-2025*. Obtenido de <http://servicios.agricultura.gob.ec/politicas/La%20Pol%C3%ADticas%20Agropecuarias%20al%202025%20I%20parte.pdf>

Jiménez, L. (03 de 12 de 2014). *Investigación Aplicada*. Universidad Indoamericana. Obtenido de <http://www.uti.edu.ec/documents/investigacion/volumen3/06Lozada-2014.pdf>

- Kalla, S. (03 de 09 de 2017). *Explorable*. Obtenido de <https://explorable.com/es/estudio-correlacional>
- Krugman, P. (2006). *Economía internacional Teoría y Política*. Madrid: Pearson Educación, S.A. Obtenido de [http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscard/materias/E\\_E\\_Mundial/Economia\\_Internacional\\_Krugman\\_Obstfeld.pdf](http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscard/materias/E_E_Mundial/Economia_Internacional_Krugman_Obstfeld.pdf)
- López, L. (13 de 05 de 2013). *Blogspot.com*. Obtenido de <http://enfoquecuantitativopositivismo.blogspot.com/2013/05/enfoque-cuantitativo-de-la-investigacion.html>
- Martínez, C. V. (2015). (O. d. Agricultura, Ed.) *Pequeñas economías: reflexiones sobre la agricultura familiar campesina*, 33. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i4955s.pdf>
- Mendoza, V. S. (2017). *Acuerdo Comercial Ecuador y la Unión Europea*. Obtenido de Europa External Action Service: [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla\\_acuerdo\\_comercial\\_ue-ecuador\\_0.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf)
- Marshall, A. (1890). En *Teoría Tradicional, el bienestar y la política comercial*.
- Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca. (2016). *La política agropecuaria ecuatoriana: hacia el desarrollo territorial rural sostenible: 2015-2025*.
- Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. (2016). Boletín Situacional del Tomate de Árbol y Maracuyá. Obtenido de [http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/cultivo/2016/boletin\\_situacional\\_tomate\\_arbol\\_maracuya\\_2015.pdf](http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/cultivo/2016/boletin_situacional_tomate_arbol_maracuya_2015.pdf)

- Miranda, D. (2009). Cultivo, poscosecha y comercialización de las pasifloráceas en Colombia:maracuyá, granadilla, gulupa y curuba. *Sociedad Colombiana de Ciencias Hortícolas*, 97-120.
- Montcouquiol Soler, R. (2005). *Producción y Comercialización de la Naranja: Caso Región Acateno Hueytamalco en el Estado de Puebla, México*.
- Moreno, M. C. (2017). Fases del ciclo productivo y red de comercialización en organizaciones socioproductivas del municipio Maracaibo, Venezuela. *Vision Gerencial*, 302-312.
- Nabil, G. C. (29 de 06 de 2017). *El efecto del Comercio Exterior en la Distribución de los Ingresos*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/132346716.pdf>
- Online, B. (19 de 01 de 2017). *Botanica Online*. Obtenido de <http://www.botanical-online.com/maracuya.htm>
- Pérez, K. (1979). *Rethinking International Trade*. Cambridge, Massachusetts: The MIT. Obtenido de <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD149.pdf>
- Rodríguez González, R. (2008). *Orientaciones practicas para la elaboración de Puerto Ordaz*.
- Sabourin, S. M. (2015). Políticas públicas y agriculturas familiares en América Latina y el Caribe. 211-231. Obtenido de [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/AGRO\\_Noticias/smart\\_territories/docs/PoliticaPublicasAgriculturales.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/AGRO_Noticias/smart_territories/docs/PoliticaPublicasAgriculturales.pdf)
- Scott, V. T. (1992). *Global Competitive Advantages and Overall Bilateral Complementarity in Agriculture*. Washigton D.C.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Informe a la Nación 2006-2017*. Quito: Senplades. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Informe-a-la-Nacion.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2012). *Arancel del Ecuador*. Obtenido de <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>
- Smith, A. (2002). *La riqueza de las Naciones*. F.C.E. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/colaboraciones/lrce-comercio.htm>
- Tejero, H. M. (2002). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. En FEDUPEL (Ed.). Caracas, Venezuela. Obtenido de <http://neutron.ing.ucv.ve/NormasUPEL2006.pdf>
- Tuárez, M. (1664). *La Riqueza de Inglaterra por el Comercio Exterior*. Obtenido de [http://www.bdigital.unal.edu.co/2159/1/Mercantilismo\\_En\\_La\\_Obra\\_De\\_Thomas\\_Mun.pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/2159/1/Mercantilismo_En_La_Obra_De_Thomas_Mun.pdf)
- Unión Europea. (2017). Cooperación monetaria en la UE. Obtenido de [https://europa.eu/european-union/about-eu/money/euro\\_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/money/euro_es)
- Unión Europea. (08 de 11 de 2017). Cuentas nacionales y PIB. Obtenido de [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/National\\_accounts\\_and\\_GDP/es](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/National_accounts_and_GDP/es)
- Unión Europea. (12 de 11 de 2017). Los 28 países miembros de la UE. Obtenido de [https://europa.eu/european-union/about-eu/countries\\_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/countries_es)
- Viera, S. A. (2016). Potencial del cultivo de aguacate. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 1-9.