



**Análisis de la cadena de valor en la exportación de mora de castilla y como el comercio justo mejora la calidad de vida de los pequeños productores**

Chafla Villacrez, Jhoana Sthefania y Quishpe Cumba, Dorotty Andreina

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación Internacional

MSC. Santacruz Terán, Guillermo Patricio

24 de Marzo de 2021

### Document Information

Analyzed document	tesis mora de castilla.docx (D98582368)
Submitted	3/16/2021 11:23:00 PM
Submitted by	Santacruz Teran Guillermo Patricio
Submitter email	gpsantacruz@espe.edu.ec
Serilarity	7%
Analysis address	gpsantacruz.espe@analysis.urkund.com



Ing Santacruz Terán, Guillermo Patricio, MG  
C. C 100155929

### Sources included in the report

<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/713/1/437%20La%20demanda%20de%20 ...">http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/713/1/437%20La%20demanda%20de%20 ...</a> Fetched: 1/28/2021 10:56:59 AM	1
<b>SA</b>	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS HARINA DE CAMARON_PAREDES Y URIBE FORMATO URKUND.docx Document TESIS HARINA DE CAMARON_PAREDES Y URIBE FORMATO URKUND.docx (D77092843) Submitted by: sauribe@espe.edu.ec Receiver: famachado.espe@analysis.urkund.com	13
<b>SA</b>	tesis Yacelga y Chavez.docx Document tesis Yacelga y Chavez.docx (D55524932)	1
<b>W</b>	URL: <a href="http://192.188.51.77/bitstream/123456789/20874/1/506_1.pdf">http://192.188.51.77/bitstream/123456789/20874/1/506_1.pdf</a> Fetched: 2/24/2021 6:12:44 PM	1
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/531/CARACTER ...">http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/531/CARACTER ...</a> Fetched: 3/16/2021 11:25:00 PM	3
<b>SA</b>	PLAN DE EXPORTACION DE LA MORA final2 (1).docx Document PLAN DE EXPORTACION DE LA MORA final2 (1).docx (D38474168)	1
<b>W</b>	URL: <a href="https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102109636/tungurahua-se-encamina-a-l ...">https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102109636/tungurahua-se-encamina-a-l ...</a> Fetched: 3/16/2021 11:25:00 PM	3
<b>W</b>	URL: <a href="https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102107870/productores-de-mora-intere ...">https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102107870/productores-de-mora-intere ...</a> Fetched: 3/16/2021 11:25:00 PM	1
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13681/Disertaci%C3%B3n%20fin ...">http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13681/Disertaci%C3%B3n%20fin ...</a> Fetched: 11/28/2020 9:50:34 AM	1
<b>SA</b>	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS VAINILLA FINAL 2.docx Document TESIS VAINILLA FINAL 2.docx (D93699851) Submitted by: rataco@espe.edu.ec Receiver: rataco.espe@analysis.urkund.com	7
<b>W</b>	URL: <a href="http://181.198.77.143:8080/bitstream/123456789/367/1/259%20La%20demanda%20de%20Pit ...">http://181.198.77.143:8080/bitstream/123456789/367/1/259%20La%20demanda%20de%20Pit ...</a> ..	1



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL

#### CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "Análisis de la cadena de valor en la exportación de mora de castilla y como el comercio justo mejora la calidad de vida de los pequeños productores" fue realizado por las señoritas Chafra Villacrez Jhoana Sthefania y Quisphe Cumba Dorotty Andreina el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 22 de marzo de 2021

Firma:



Ing Santa Cruz Terán, Guillermo Patricio, MG

C. C 1001559929



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA**

Nosotras, **Chafia Villacrez Jhoana Sthefania** y **Quishpe Cumba Dorotty Andreina**, con cédulas de ciudadanía n° 0603967993 y 1725255960, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **"Análisis de cadena de valor en la exportación de mora de castilla y como el comercio justo mejora la calidad de vida de los pequeños productores"** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

**Sangolquí, 22 de marzo de 2021**

Firma

.....  
**Chafia Villacrez, Jhoana Sthefania**  
C.C.:0603967993

Firma

.....  
**Quishpe Cumba, Dorotty Andreina**  
C.C.: 1725255960



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN**

Nosotras **Chafia Villacrez Jhoana Sthefania y Quishpe Cumba Dorotty Andreina**, con cédulas de ciudadanía n° 0603967993 y 1725255960, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **"Análisis de la cadena de valor en la exportación de mora de castilla y como el comercio justo mejora la calidad de vida de los pequeños productores"** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

**Sangolquí, 22 de marzo de 2021**

Firma

.....  
**Chafia Villacrez, Jhoana Sthefania**

C.C.:0603967993

Firma

.....  
**Quishpe Cumba, Dorotty Andreina**

C.C.: 1725255960

**Dedicatoria**

A Jaanai por llega a mi vida para  
convertirse en mi todo, Te amo hija

**JHOANA STHEFANIA CHAFLA VILLACREZ**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mi hija, Devanny Micaela, por ser el motor que guía mi vida, la fuerza que me mueve cada día, el motivo de mis esfuerzos y la niña de mis ojos. Te amo mi niña.

A mis padres por ser el apoyo incondicional más sincero, por estar siempre a mi lado, por todas las enseñanzas que me han brindado, el esfuerzo interminable para llegar a ser la persona que soy y por muchas cosas más.

Los amo.

A mis hermanas, quienes siempre han estado para mí, por cada pelea y logro juntas, cada palabra de ánimo y aliento, gracias por ser el soporte y la compañía más leal que puedo tener.

**Dórotty Andreina Quishpe Cumba**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por cada uno de sus planes perfectos en mi vida, a mi madre Lolita por sus múltiples sacrificios para verme triunfar en la vida, a mi compañera de tesis Dorotty por su apoyo incondicional.

**JHOANA STHEFANIA CHAFLA VILLACREZ**



## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por cada día de vida, por cuidarme y guiarme para alcanzar mis metas, por los conocimientos y sabiduría, gracias por la hermosa familia que me dio, pero sobretodo por mi hija.

A mi padre, un agradecimiento infinito por ser el soporte de mi vida, por su incansable esfuerzo para que yo pueda llegar a ser profesional en comercio exterior. A mi madre, por su cariño, apoyo y paciencia, por su dedicación en mi crianza y estudios, por su amor incondicional. A mis padres, por permanecer juntos y brindarme toda la felicidad y amor que les tengo, gracias por los valores y virtudes que me enseñaron. Su presencia y apoyo ha sido vital para cumplir esta meta. Los adoro.

A mis hermanas, por ser un ejemplo tanto personal como profesional, gracias por todas las vivencias y aventuras, por brindarme ayuda siempre que la necesito.

A mi esposo por todo su apoyo para que logre mis objetivos, por su ayuda en la crianza de mi hija y por su compañía.

A mi compañera de tesis, Sthefania, por ser mi complemento en el desarrollo de este proyecto, además de su compañía durante mi vida universitaria, gracias por tantas anécdotas.

**Dórotty Andreina Quishpe Cumba**

## Índice de Contenido

<b>Dedicatoria.....</b>	<b>6</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>8</b>
<b>Índice de Contenido .....</b>	<b>10</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>13</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>14</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>15</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>17</b>
<b>Delimitación del problema .....</b>	<b>17</b>
Objeto de estudio .....	17
Planteamiento de problema .....	17
Justificación.....	20
Objetivos.....	22
Objetivo general .....	22
Objetivos específicos .....	22
Marco teórico .....	24
Teoría de la ventaja competitiva .....	24
Cadena de valor .....	26
Teoría de Comercio justo .....	28
Marco referencial.....	29
Marco conceptual .....	31

**CAPITULO II..... 33****Metodología de la investigación ..... 33**

Enfoque de investigación .....33

Tipología de la investigación .....33

Por su finalidad..... 33

Por sus fuentes de información..... 33

Por el control de variables..... 34

Por el alcance. .... 34

**CAPITULO III..... 35****Análisis de aspectos generales de cultivo y cosecha de mora de castilla ..... 35**

Antecedentes .....35

Caracterización de la mora de castilla.....36

Particularidades de la mora de castilla..... 36

Producción de la mora de castilla ..... 37

Fuente. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020) ..... 38

Proceso de producción ..... 39

Cadena de valor ..... 44

Detalle de la cadena de valor de un productor de mora de castilla entrevistado.....47

Asociaciones de productores de mora .....52

Asociación ..... 52

Asociaciones de comercio justo ..... 54

Principios del comercio justo ..... 55

Asociaciones de comercio justo de mora en Ecuador ..... 59

Análisis de la situación actual del sector exportador de la mora de castilla59

Producto interno bruto ..... 59

Balanza comercial ..... 61

Aporte del sector agrícola a la economía ecuatoriana ..... 63

<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>66</b>
<b>Mercado mundial objetivo .....</b>	<b>66</b>
Acuerdos comerciales suscritos por Ecuador .....	66
Principales importadores de mora a nivel mundial .....	71
Principales exportadores de mora a nivel mundial .....	72
Precios a nivel mundial.....	73
Productores ecuatorianos de mora.....	74
Empresas ecuatorianas exportadoras de mora .....	75
Países de destino de las exportaciones ecuatorianas de mora.....	76
FOB período estudio.....	79
Acceso al mercado español.....	79
Perfil consumidor español.....	79
Barreras arancelarias.....	80
Barreras no arancelarias .....	81
Trámites y tributos aduaneros .....	86
Acceso al mercado Norte Americano .....	87
Perfil consumidor estadounidense.....	87
Barreras arancelarias .....	87
Barreras no arancelarias .....	88
Trámites y tributos aduaneros .....	88
Análisis de mercado.....	89
Análisis de la oferta.....	89
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>95</b>
<b>Resultados .....</b>	<b>95</b>
Estrategias de mejora de la cadena de valor .....	95
Propuesta .....	98

<b>Conclusiones .....</b>	<b>103</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>105</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>106</b>

### Índice de tablas

<b>Tabla 1. <i>Determinación de variables</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 2. <i>Superficie, producción y rendimiento de mora, 2019</i>.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 3. <i>PIB del Ecuador del año 2015 al 2019</i>.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 4. <i>Acuerdos comerciales suscritos vigentes</i>.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 5. <i>Acuerdos de Alcance Parcial de complementación económica</i> .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 6. <i>Acuerdos de Alcance parcial de Renegociación</i> .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 7. <i>Acuerdos comerciales aún no vigentes</i>.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 8. <i>Descripción de acuerdo al arancel</i> .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 9. <i>Principales importadores de la subpartida 081020</i> .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 10. <i>Principales exportadores de la subpartida 081020 desde el año 2016</i> .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 11. <i>Principales productores de mora de castila registrados en la base de datos de AGROCALIDAD</i>.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 12. <i>Empresas ecuatorianas exportadoras de mora</i> .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 13. <i>Países de destino de exportaciones de mora</i> .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 14. <i>Cuadro comparativo entre Estados Unidos y España</i> .....</b>	<b>90</b>

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> <i>Árbol de problema</i> .....	19
<b>Figura 2.</b> <i>Tipos de mora en Ecuador</i> .....	35
<b>Figura 3.</b> <i>Cadena de valor, productor directo de mora de castilla</i> .....	45
<b>Figura 4.</b> <i>Logística de entrada, cadena de valor de productor de mora</i> .....	48
<b>Figura 5.</b> <i>Operaciones, cadena de valor de productor de mora</i> .....	48
<b>Figura 6.</b> <i>Logística de salida, cadena de valor de productor de mora</i> .....	49
<b>Figura 7.</b> <i>Marketing y ventas, cadena de valor de productor de mora</i> .....	49
<b>Figura 8.</b> <i>Infraestructura, cadena de valor de productor de mora</i> .....	50
<b>Figura 9.</b> <i>Recursos humanos, cadena de valor de productor de mora</i> .....	50
<b>Figura 10.</b> <i>Tecnología, cadena de valor de productor de mora</i> .....	51
<b>Figura 11.</b> <i>Compras, cadena de valor de productor de mora</i> .....	51
<b>Figura 12.</b> <i>Principios del Comercio justo</i> .....	55
<b>Figura 13.</b> <i>PIB del Ecuador</i> .....	60
<b>Figura 14.</b> <i>Balanza comercial del Ecuador 2019</i> .....	62
<b>Figura 15.</b> <i>Exportaciones de mora 2019</i> .....	64
<b>Figura 16.</b> <i>Valor unitario (USD/unidad ton) 2016, 2017, 2018, 2019</i> .....	73
<b>Figura 17.</b> <i>Kilogramos exportados de mora 2015-2019</i> .....	78
<b>Figura 18.</b> <i>Total FOB de exportaciones de mora 2015-2019</i> .....	79
<b>Figura 19.</b> <i>Proyección hacia España</i> .....	89
<b>Figura 20.</b> <i>Proyección hacia Estados Unidos</i> .....	89
<b>Figura 21.</b> <i>Beneficios BANECUADOR</i> .....	95

## Resumen

En los últimos años las exportaciones no petroleras de productos no tradicionales han tomado mayor protagonismo, siendo la mora de castilla uno de ellos. Varios estudios realizados identifican el potencial de esta fruta ya que por sus características nutricionales es muy apetecida por los consumidores. La presente investigación está dirigida a detallar de una manera más profunda cada uno de los procedimientos empleados por los pequeños productores para la obtención de esta fruta, generando oportunidades de exportación mediante un análisis comparativo entre el mercado Español y Estadounidense, posicionando así a la mora de castilla como una alternativa de producción exportable mejorando con ello los ingresos de los pequeños productores y a su vez dando mayor protagonismo al sector agrícola del país. Es así que se utilizara gráficos estadísticos y tablas comparativas que muestran el incremento de las exportaciones de este fruto.

### ***Palabras clave:***

- **MORA DE CASTILLA**
- **COMERCIO JUSTO**
- **CADENA DE VALOR**

### **Abstract**

In recent years, non-oil exports of non-traditional products have taken a greater role, blackberry being one of them. Several studies carried out identify the potential of this fruit since, due to its nutritional characteristics, it is highly desired by consumers. This research is aimed at detailing in a deeper way each of the procedures used by small producers to obtain this fruit, generating export opportunities through a comparative analysis between the Spanish and American markets, thus positioning the blackberry as an exportable production alternative, thereby improving the income of small producers and in turn giving greater prominence to the country's agricultural sector. Thus, statistical graphics and comparative tables will be used that show the increase in exports of this fruit.

### **KEY WORDS:**

- **BLACKBERRY**
- **FAIR TRADE**
- **VALUE CHAIN**



## CAPÍTULO I

### Delimitación del problema

#### Objeto de estudio

Analizar la cadena de valor en la exportación de mora de castilla y cómo influye en el comercio justo, para de esta manera, identificar oportunidades de exportación a mercados internacionales realizando un análisis comparativo entre Estados Unidos y España y a su vez proponer estrategias que proporcionen mayor valor agregado al fruto, beneficiando así a los pequeños productores.

#### Planteamiento de problema

Hoy en día se puede identificar los esfuerzos realizados por las diferentes economías para obtener mayor beneficio monetario, cumpliendo así con los desafíos que ha traído consigo la globalización, lo que principalmente buscan es aprovechar de la denominada “ventaja comparativa” que poseen al ofertar al mercado internacional productos y/o servicios que obtienen con un mayor grado de especialización. Es el caso de Ecuador, un país que por sus propiedades geográficas y climáticas ha ofertado al mercado internacional diversidad de comodities.

La mora de castilla es un producto fresco obtenido en la gran mayoría de provincias de la sierra ecuatoriana, que por sus cualidades en los últimos años ha tomado mayor relevancia debido a sus propiedades alimenticias, para la obtención de dicho fruto es necesario poseer conocimientos técnicos ya que se debe ofertar al mercado internacional un producto de calidad.

El comercio justo por su parte nace con el objetivo de dar respuesta a la falta de acciones establecidas por el actual modelo capitalista, el cual limita

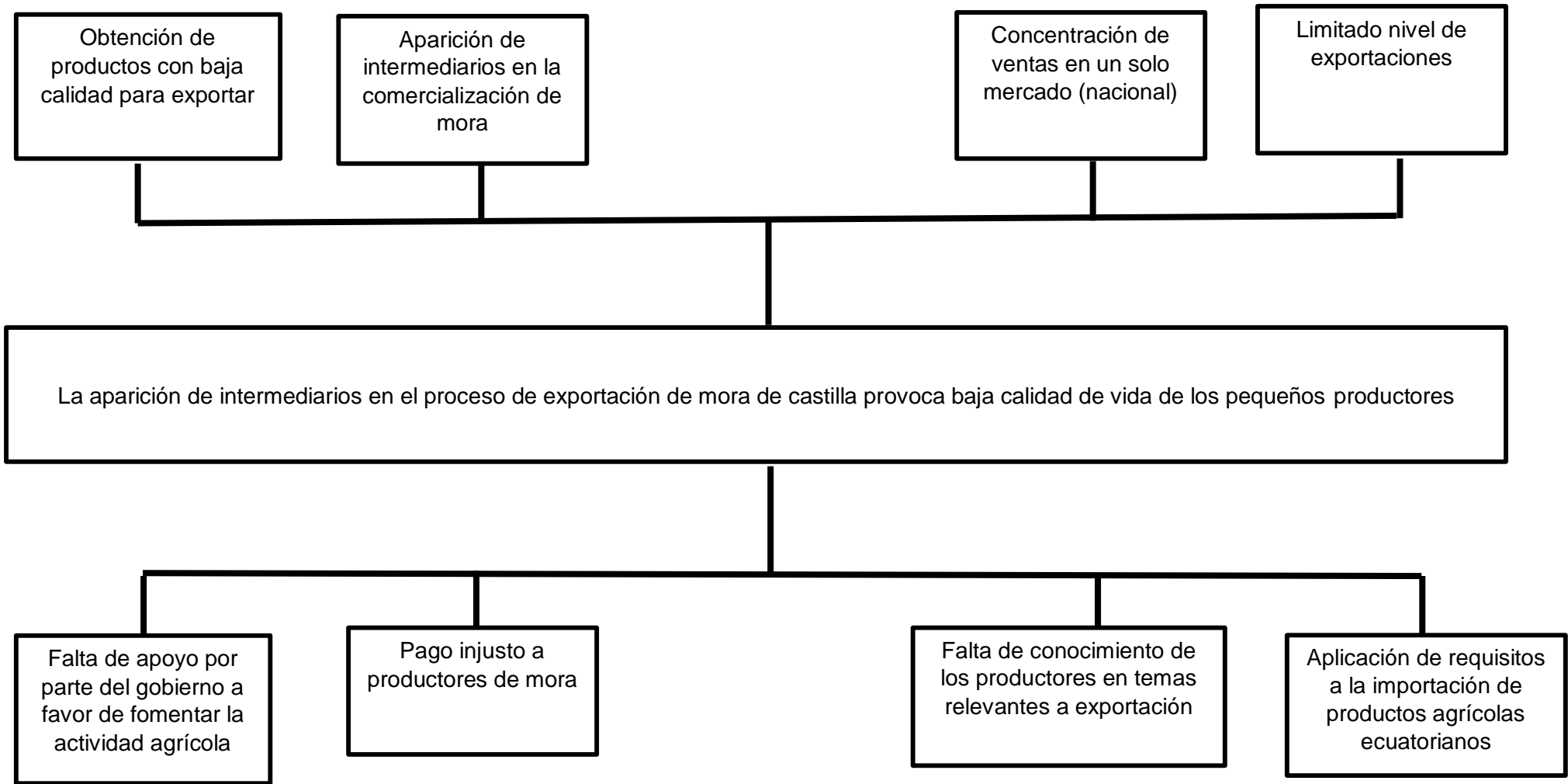
a los sectores más vulnerables a ser partícipes de los intercambios comerciales frenando así su crecimiento.

La zona de Castilla en los últimos años ha mostrado una mayor participación en la exportación de productos no petroleros no tradicionales, sin embargo, no en los volúmenes requeridos por el mercado internacional, esto es debido principalmente a la falta de técnicas y conocimientos por parte de los agricultores, mismos que ven en esta actividad su sustento diario.

Los mercados internacionales por su parte exigen estándares de calidad a cada uno de los productos que ingresan a su territorio, mismos que están establecidos de acuerdo a las expectativas de consumo de su población; realizando una comparación entre el mercado de Estados Unidos y España se puede identificar que en ambas economías este fruto ingresa con un arancel del 0% sin embargo deben cumplir con algunos requisitos para la obtención de los mismos, es aquí donde radica la importancia del apoyo gubernamental o por su parte el establecimiento de asociaciones en donde los pequeños productores sean apoyo unos de otros.

Figura 1.

Árbol de problemas



Nota. Árbol de problemas

## **Justificación**

La cadena de valor que se utiliza en la exportación de mora de castilla determina el modelo de gestión empleado desde la obtención de este producto hasta llegar al consumidor final, este modelo se basa en identificar las actividades más importantes tales como logística, compras, recursos humanos, ventas, entre otras, para determinar costos y precios con el fin de obtener ganancias; sin embargo, todas estas actividades requieren intermediarios que en la mayoría de casos resultan innecesarios incurriendo en gastos que encarecen el precio final del producto, mientras que la ganancia de los productores sigue siendo baja. Por esta razón se ha visto la necesidad de realizar una investigación que identifique cada uno de los procesos que se realizan previos a la obtención de mora de castilla para su posterior exportación en el periodo 2016-2019; así como también proponer estrategias de mejora en la cadena de valor de los pequeños productores para ofertar al mercado productos con mayor valor agregado cumpliendo así uno de los principios del comercio justo.

La investigación se encuentra justificada en los siguientes artículos de la constitución del Ecuador (Constitución de la República del Ecuador, 2008):

- Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

- Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.
- Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.
- Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

De acuerdo con los artículos citados de la constitución del Ecuador, la presente investigación es factible de realizar porque va a contribuir con el desarrollo sostenible y sustentable de los pueblos vulnerables, además de identificar oportunidades de exportación mediante el estudio de la cadena de valor.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar el impacto del comercio justo en la cadena de valor para la exportación de mora de castilla con subpartida arancelaria 0810.20.00 en el periodo 2016-2019.

### **Objetivos específicos**

- Analizar la situación actual y comercial de la mora de castilla.
- Identificar oportunidades de exportación de mora de castilla a mercados internacionales mediante un análisis comparativo entre Estados Unidos – España.
- Proponer estrategias de mejora en la cadena de valor como herramienta de gestión en los pequeños productores de mora de castilla.

### **Determinación de variables**

**Tabla 1.***Determinación de variables*

<b>Dependientes</b>	<b>Independientes</b>	<b>Categorías de las variables</b>	<b>Variables mediadoras</b>
<b><i>Cadena de valor en la exportación de mora de castilla</i></b>	Comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exportaciones</li> <li>• Canales de comercio internacional equitativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Países de destino</li> </ul>
	Oferta nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matriz productiva</li> <li>• Niveles de producción</li> <li>• Sitios estratégicos de producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas</li> <li>• Sector agrícola</li> <li>• Consumidores</li> <li>• Banco Central</li> </ul>
	Logística empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades primarias</li> <li>• Actividades secundarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación de comercio justo</li> <li>• Tiendas de comercio justo</li> </ul>

---

Comercio justo

- Desarrollo sostenible
- Proceso productivo
- Prácticas comerciales
- Productores
- Empresas
- Ministerios
- Estado

---

*Nota.* Determinación de variables dependientes, independientes y mediadoras

### **Marco teórico**

#### **Teoría de la ventaja competitiva**

El término competitividad ha tomado mayor relevancia en el contexto internacional, puesto que la mayoría de las economías buscan que sus empresas logren un posicionamiento en el mercado nacional, para posteriormente dominar el mercado internacional; múltiples estudios identifican que dicho posicionamiento debe ser considerado como “oportunidades de crecimiento” ya que al ofertar productos y o servicios que cuenten con calidad, establecer precios que estén acorde a lo ofertado lograrán un crecimiento económico sostenido a largo plazo.

John Wagner (2004) la define como técnica que posee una organización para perdurar en el mercado mediante el alcance de una ventaja competitiva. El autor se refiere a la capacidad que tiene una empresa para mantenerse por delante de la competencia, es decir, en un buen posicionamiento debido a varios factores empleados en el desempeño de sus actividades. Dentro de este concepto están inmersas algunas de las



estrategias que emplean las empresas para mantenerse en una posición considerable en el mercado donde opera, así mismo, “la competitividad permite hacer frente a la competencia que existe a escala mundial” (Chavarría, Rojas, & Sepúlveda, 2002).

Es evidente que la competitividad requiere de un aprendizaje y planeación, conocimiento y habilidades, dentro de los cuales se requiere una inversión que resultará únicamente en beneficioso de la organización, sin embargo, muchas empresas lo que buscan es reducir costos para obtener mayores utilidades, empleando aquí la eficacia y eficiencia necesarias para alcanzar un mayor desempeño en el mercado. En efecto una de las premisas planteadas por Michael Porter sobre el marco conceptual de la competitividad recae en que para lograr una buena participación en el mercado internacional se necesita de la combinación de factores como es el humano y la elevación de vida de la población, elementos que constituyen uno de los pilares de la productividad y consecuentemente, de la competitividad; que permite determinar la ventaja y la capacidad de una empresa frente al mercado global y la relación estricta con el concepto de valor que una empresa es capaz de generar.

En este contexto, Porter plantea dos tipos básicos de ventaja competitiva: el liderazgo en costos y diferenciación; factores que, al considerarlos juntos, se obtiene una estrategia competitiva viable. El liderazgo por costos es principalmente aplicado en economías de escala, debido a que mientras más se produce, el costo es menor y es aquí donde existe competitividad ya que se obtiene mayor ganancia por cada unidad que se vende, llegando al liderazgo en costos. La diferenciación determina el aspecto único ya sea de un producto o servicio que ofrece una empresa el

cual es muy apreciado por los consumidores, sin olvidar que el costo es un aspecto importante por el cual compiten las empresas. Esta diferenciación puede darse en el producto, distribución, ventas, comercialización, servicio o imagen. (Porter M. E., 2004)

Esta teoría se basa en la necesidad de crear factores productivos y competencias en economías de escaso desarrollo. En este sentido la ventaja competitiva establece cuatro indicadores que permiten a una empresa tener una ventaja sostenida en el mercado, siendo estos, el valor, rareza, inmutabilidad y sustituibilidad del producto ofertado. El análisis de estos determinantes permite a la empresa establecer estrategias de mercado (Barney, 1991). Genéricamente, la competitividad tiene que ver con la posibilidad a largo plazo, de afectar un mercado de manera que los competidores no puedan reproducir con facilidad. (Hitt, Ireland, & Hoskisson , 1999)

### **Cadena de valor**

La cadena de valor tomada como una herramienta fundamental dentro de una empresa, consiste en recabar todas las acciones desde la compra de materia prima hasta el bien final producido que va a dirigirse al cliente; tomando en consideración cuales son las actividades más importantes dentro del proceso para aprovechar al máximo los recursos empleados.

Michael Porter se refiere a la cadena de valor como un factor clave para ayudar a las empresas a crear valor para el cliente, es decir, mientras más valor genere la empresa, más estarán dispuestos los clientes a pagar generando la ventaja competitiva. La cadena de valor es la estrategia que fija

una empresa para reducir tiempo y costos, aumentado beneficios. (Ayala De la Cueva, 2011)

En tal sentido el análisis de la cadena de valor permite determinar de una manera clara las principales actividades que se desarrollan para la obtención de determinado producto mismas que deben ser distintas de otras empresas dedicadas a lo mismo, para poder estar un paso adelante en el mercado, determinando así si el precio establecido está debajo o por encima de la competencia.

Se puede identificar tres tipos de elementos que forman parte de la cadena de valor los cuales la hacen única con respecto a la competencia, las actividades primarias las cuales principalmente se enfocan en el desarrollo del producto es decir adquisición de insumos, transformación, logística entre otras actividades; las actividades de soporte están encaminadas a todo lo que se refiere la administración de los diferentes miembros que forman parte de una empresa, y por último se puede identificar el margen que es la diferencia existente entre el valor con el cual se comercializa el producto obtenido con relación a los costos incurridos para la obtención del mismo.

Viendo la cadena de valor desde un punto estratégico permite identificar la evolución que se van realizando en cada una de las actividades que se desempeñan en la empresa, se menciona por ello que una determinada empresa es rentable a medida en que su propuesta de valor es superior al costo de producir determinado bien o servicio. Según Carlos Alberto Mejía (2010) la propuesta de valor es la mezcla de productos, bienes y servicios que se ponen a disposición del mercado; dichos productos deben estar enfocado a las necesidades que poseen los consumidores y su vez

contar con todos los requerimientos que poseen los mismos llegando de esa forma lograr un posicionamiento.

### **Teoría de Comercio justo**

En los últimos tiempos se ha dado un mayor énfasis en el término “comercio justo” puesto que hoy en día es de vital importancia buscar fuentes de intercambio comercial equitativo, a través del desarrollo sostenible y del acceso de productores menos favorecidos a mercados más amplios.

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad, desarrollo y lucha contra la pobreza” (Coordinadora de ONGD-España, 2006). Ayuda a garantizar el equilibrio entre la economía, medio ambiente y bienestar social, protegiendo los derechos de los pequeños productores y trabajadores discriminados, es decir, a los actores más importantes del proceso.

El criterio principal del comercio justo es regular las relaciones existentes entre productores, comerciantes y consumidores para con ello llegar a incrementar las oportunidades de penetración de mercado, el pago justo por los determinados bienes ofrecidos con lo que se benefician todos los ya que no se cuenta con la presencia de intermediarios o especuladores con lo que se lograra que el productor viva de una manera digna.

Al hablar de la relación existente entre desarrollo local y comercio justo se puede decir que ambos términos buscan es mejorar las condiciones de vida de los productores; ya que se les brinda capacitaciones para mejorar la calidad de sus productos, ayudar a mejorar la calidad de la vida de la familia.

## Marco referencial

El análisis de la cadena de valor es una técnica original de Michael Porter con el fin de obtener una ventaja competitiva, representando de manera sistemática las actividades de cualquier organización que añaden valor al producto final. (Quintero & Sánchez , 2006)

La presente investigación se basará en documentos científicos que amparan el tema propuesto, los cuales se detallan a continuación:

- El artículo escrito por Johana Quintero y José Sánchez titulado: La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico; en el cual se plantean los principales conceptos y elementos de la cadena de valor fundamentales para este estudio, además menciona a la ventaja competitiva como una herramienta estratégica para que las organizaciones ganen superioridad, entre otros aspectos que poseen influencia dentro de la cadena de valor y su análisis. (Quintero & Sánchez , 2006)
- El artículo escrito por Paulina Naranjo, Carlos Taco y Oswaldo López titulado: Cadenas integrales productivas para producción de mora; en el cual se identifica principalmente cada una de las actividades requeridas para la obtención del fruto que se pondrá en comercialización. (Naranjo, Taco, & López, 2016)
- La comercialización de la mora de castilla en la provincia de Chimborazo es una actividad importante que ha tomado fuerza los últimos años, por ello se consideró importante analizar el artículo redactado por denominado “Cadena Agroproductiva del cultivo de mora en la parroquia El altar, Chimborazo, Ecuador”; en el que detalla

de manera más profunda los diferentes procesos a seguir para la obtención de mora, a su vez identifica a cada uno de los productores del sector así como identifica las oportunidades de expandir el mercado a nivel nacional.

- El artículo elaborado por el Doctor Armando García Chiang con el tema: El comercio justo: ¿Una alternativa de desarrollo local?: en el que se plantea que los criterios básicos del comercio justo son el establecimiento de una relación directa entre productores y consumidores, la cancelación en lo posible de intermediarios y especuladores, la lucha por un trabajo y salario digno; también expone las características más relevantes del comercio justo que buscan una relación equitativa para satisfacer a compradores y productores. (García Chang, 2010)

Actualmente las exportaciones no petroleras se han impulsado mediante proyectos realizados por el gobierno ecuatoriano para brindar apoyo a los pequeños productores y de esta manera lograr que el miedo a comercializar con el extranjero vaya disminuyendo puesto que se traduce en un beneficio tanto para los productores como la balanza comercial, de la misma forma las asociaciones de comercio justo han ido tomando fuerza gracias a las buenas prácticas realizadas y al apoyo de consumidores que se preocupan por el cuidado del medioambiente y las condiciones justas de trabajo.

Se ha tomado información de notas de prensa de: Ministerio de Agricultura y Ganadería, Trade Map, Market Access Map, Cobus Group necesarias para conocer la situación comercial del producto en estudio, la forma en que se realiza el proceso de obtención de esta fruta, las

condiciones en las que se cosecha, volumen de exportación y principales mercados; además de otros aspectos relevantes para la investigación.

### **Marco conceptual**

**Agrocalidad:** Es una entidad pública que realiza inspecciones sanitarias y fitosanitarias a los productos objeto de exportación, para la protección de la salud y seguridad humana. Controla y regula la sanidad tanto animal como vegetal contribuyendo al desarrollo del sector agropecuario. agropecuario.

(AGROCALIDAD)

**FOB:** Franco a bordo (Free on board) Término perteneciente a los INCOTERMS, que consiste en que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque ya contratado por el comprador, en el puerto de embarque acordado, el comprador se hace cargo de todos los costos cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque. Es utilizado en transporte marítimo. (Boyeras, 2013)

**Intermediación:** Es el proceso en el que, un intermediario, se encarga de conectar a dos personas que, por sus intereses, podrían realizar alguna transacción o negociación, aquí el intermediario juega un papel fundamental y deben realizar el servicio previamente pactado; por este trabajo el intermediario cobra una comisión, en base a las exigencias que este considere. (Morales, 2020)

**Sustentabilidad:** El desarrollo sustentable es un proyecto social y político, que apunta hacia el buen uso de los recursos ecológico y la descentralización territorial de la producción, así como a la diversificación de los estilos de desarrollo tomando en cuenta el futuro de las nuevas generaciones. (Leff, 2000)

**Trazabilidad:** Posibilidad de realizar un seguimiento en cada una de las etapas de transformación y distribución de un producto o materia prima utilizada en la producción de alimentos. (Herrera & Orjuela, 2014)



## **CAPITULO II**

### **Metodología de la investigación**

#### **Enfoque de investigación**

El enfoque a utilizar en la presente investigación es mixto, es decir de carácter cualitativo y cuantitativo. Se utilizará el enfoque cualitativo ya que se realizará un análisis bibliográfico de cada uno de los procesos que intervienen en la obtención de mora de castilla. Por su parte se utilizará el enfoque cuantitativo porque incluye cantidades numéricas obtenidas de bases de datos tales como Trade Map, Cobus Group, Banco Central del Ecuador, Faostat, entre otras.

#### **Tipología de la investigación**

##### **Por su finalidad.**

Estudio realizado de acuerdo a la investigación aplicada ya que se busca principalmente encontrar estrategias que respondan a un problema planteado; estudio realizado basado en las teorías de la ventaja competitiva, comercio justo y finalmente un análisis minucioso de los principales conceptos de la cadena de valor, esta investigación esta direccionada a analizar de una manera más profunda la cadena de valor en la producción y posterior exportación de la mora de castilla tomando un mayor enfoque a los pequeños productores abordando así el comercio justo.

##### **Por sus fuentes de información.**

Estudio enfocado en una investigación documental, ya que se realizara la búsqueda de documentos los mismos que van a ayudar a entender de una mejor manera el tema propuesto.

**Por el control de variables.**

**No experimental**, ya que únicamente se observará y analizará la información recolectada para un mayor conocimiento en el proceso seguido para la obtención de mora de castilla.

**Por el alcance.**

Estudio de carácter descriptivo ya que se estudiara las diferentes variables propuestas en la investigación

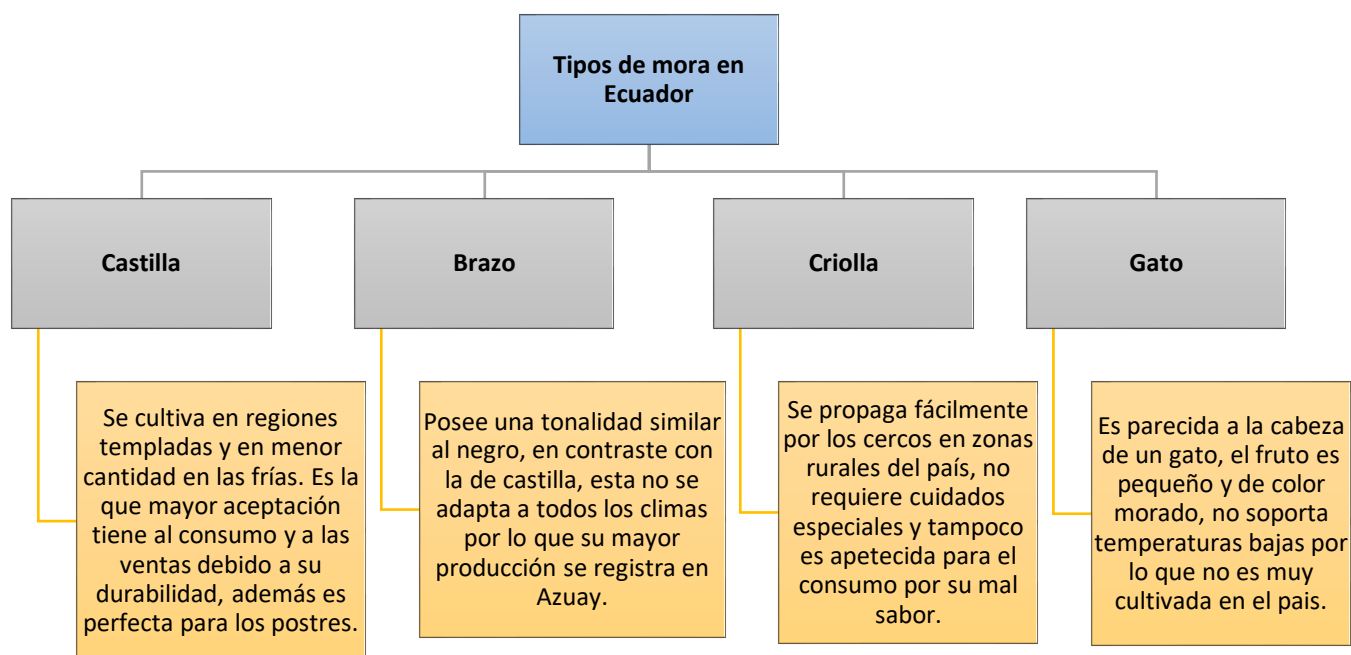
## CAPITULO III

### **Análisis de aspectos generales de cultivo y cosecha de mora de castilla**

#### **Antecedentes**

La mora es una fruta originaria de las zonas altas tropicales de América principalmente Colombia, Ecuador, Panamá, México, entre otros; se conocen numerosas especies de moras en las zonas altas de América Tropical que debido al clima y ubicación geográfica son zonas aptas para este tipo de fruta que requiere en promedio una temperatura de 12°C a 18°C; esta planta es utilizada como una fruta sola o combinada con otros alimentos, principalmente sus hojas tiernas y tallos; también cuenta con propiedades medicinales, por vía externa, razón por la cual es muy apetecida. Debido a sus características la mora es altamente perecedera por lo que la cosecha es inmediata al alcanzar su madurez para evitar que se deteriore. (Casaca Á. D.)

La mora es conocida por ser una fruta que posee colores llamativos y hermosos además de su sabor único que comprende una mezcla de dulce y ácido, su planta es frondosa y espinosa por lo que se suele utilizar como cerco ya que aparte de brindar seguridad brinda color y vida a cualquier hogar; rica en antioxidantes, baja en azúcar y alto porcentaje de agua, por lo que es saludable e incluso puede ayudar a prevenir enfermedades entre ellas algunos tipos de cáncer. Al ser un fruto alto en vitaminas y minerales es muy apetecido en el mercado nacional e internacional. (Orellana De la Rosa & Carrasco Salazar, 2018). De acuerdo con El Comercio (2011), en Ecuador se producen cuatro tipos de mora

**Figura 2.***Tipos de mora en Ecuador*

*Nota: Adaptado de El comercio. Cuatro tipos de moras tiene el país, por El Comercio (2011),*

### **Caracterización de la mora de castilla**

#### **Particularidades de la mora de castilla**

La mora de castilla conocida científicamente como *Rubus Glaucus* es una variedad de fruta dicotiledónea producida en el Ecuador, su color va de rojo a negro brillante y es agridulce cuando está tierna y dulce cuando madura, conocida por tener espinas en su tallo el cual puede llegar a los 3 metros. Esta fruta ha sido cultivada durante siglos y forma parte de las costumbres alimenticias y medicinales de los antepasados; en la actualidad la mora de castilla es muy requerida con fines gastronómicos. (MAGAP,

2015) De acuerdo con Salvador (2015) la variedad Rubus tiene la siguiente clasificación:

- Rubusulmifolius (mora de la zarzamora)
- Rubusglaucus (mora andina o mora de Castilla)
- Rubuscaesius (zarzamora pajarera)
- Rubusfruticosus (mora de la zarzamora)
- Rubuslaciniatus

Es una fruta perteneciente al grupo de las bayas, alta en contenido de agua y rica en vitamina C, su fruto adquiere un color azul oscuro con diámetro de 5 – 7 milímetros, de cinco a ocho frutos en gajos; es por esto que la mora requiere de mucho cuidado para su conservación siendo este un detonante para frenar la exportación de este producto. (Casaca Á. D.)

En el Ecuador el INEC (2000) reporta al menos 5142 ha cultivadas de mora, principalmente de fincas y medianos productores, de las cuales el 98% corresponde a mora de castilla. (Cárdenas Castillo, 2013).

La mora de castilla ha presentado gran aceptación en el Ecuador y en el extranjero, al gozar de importancia comercial es una fruta valorada alrededor del mundo.

### **Producción de la mora de castilla**

La mora de castilla representa el 95% de la producción total nacional de mora, la cual es apta para el cultivo en los valles del Callejón Interandino, principalmente Tungurahua y Bolívar. Se han creado asociaciones de productores de mora con el objetivo de tener mayor productividad, reducir costos y ser más competitivos. (Salvador Giler, 2015)

En Ecuador para el año 2019 la provincia con mayor producción fue Tungurahua, como se muestra en la Tabla 2, con el 39% de la producción nacional y un rendimiento de 7.46 t/ha; seguida de Bolívar con el 32% de la producción y un rendimiento de 4.73 t/ha y Carchi con el 12% de la producción y 18.22t/ha de rendimiento. ( Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019)

**Tabla 2.**

*Superficie, producción y rendimiento de mora, 2019*

<b>2019</b>				
<b>PROVINCIA</b>	<b>Superficie sembrada</b>	<b>Superficie cosechada</b>	<b>Producción</b>	<b>Rendimiento</b>
	<b>(ha)</b>	<b>(ha)</b>	<b>(t)</b>	<b>(t/ha)</b>
<b>Tungurahua</b>	852	806	6014	7,46
<b>Bolívar</b>	1073	1037	4908	4,73
<b>Carchi</b>	105	105	1915	18,22
<b>Cotopaxi</b>	418	363	1226	3,37
<b>Chimborazo</b>	171	163	730	4,49
<b>Otras</b>	184	151	693	4,60
<b>Total</b>	2803	2625	15485	5,90
<b>Nacional</b>				

Fuente. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

## **Proceso de producción**

De acuerdo con el manual publicado por el MAGAP (2015), la mora crece en suelos franco arenoso, suave y hasta un metro de profundidad, a una altitud de 2500 a 3100 msnm. Se adapta a lluvias normales y bastante sol, por lo que las heladas son perjudiciales. La planta de mora se desarrolla bien en suelos húmedos, pero bien drenados; la distancia adecuada para plantar es de 2 metros y en cualquier época del año. La planta de mora es susceptible a plagas y enfermedades por lo que es importante tener mucho cuidado en todas las fases de crecimiento. El ciclo de producción es de 2 a 3 meses y la cosecha se realiza con intervalo de 6 a 8 días en la etapa pico de producción. El empaque es fundamental para la conservación de la mora por ello se emplean recipientes de plástico para reducir en un 99% el maltrato de la mora.

En caso de que exista insuficiencia de riego en el cultivo, los frutos son de mala calidad, con un sabor insípido, colores desagradables y poco tamaño puesto que se ven afectados los procesos de fotosíntesis y respiración; es por esto que el agua y la cantidad de riego son indispensables para el transporte de nutrientes y sustancias de crecimiento, ya que de ello depende la calidad de mora que se va a cosechar. (Sánchez Ami, 2020)

La gran aceptación de la mora de castilla en mercados nacionales e internacionales ha provocado que el sistema de cultivo cambie haciéndolo más productivo ya que hace años se cortaba la planta de mora y para tener una nueva producción se esperaba el crecimiento y cargue del arbusto, sin embargo, ahora se acostumbra podar para tener producción todo el año con el fin de satisfacer la demanda. (Naranjo , Taco, & López, Cadenas integrales productivas para producción de mora, 2016)

Kader (2005) menciona que la mora es una de las frutas que más cuidados requiere por lo que se debe tener especial cuidado en la recolección, almacenamiento y comercialización; las principales causas son la temperatura, la humedad y la composición atmosférica, también se incluyen los daños mecánicos y el déficit hídrico.

Existen muchas actividades precosecha de la mora que se detallan a continuación:

### **Suelo**

La forma en cómo se prepara el suelo es fundamental para el desarrollo y crecimiento de la planta de mora por lo que el suelo debe ser profundo, suelto, con gran cantidad de abono orgánico, humedad y buen drenaje; el tipo de suelo más adecuado es el de textura franca arenosa y arenosa arcillosa, con PH de 5,5 a 7,0. (Muñoz, 1984) (Franco & Giraldo, 1999)

### **Temperatura**

Las altas temperaturas provocan que el fruto transpire disminuyendo su tamaño y peso, las condiciones óptimas para el cultivo de la mora se encuentran en temperaturas entre 11 y 18°C. (Martínez, y otros, 2007)

### **Humedad relativa**

La humedad relativa (HR) adecuada es del 75% ya que proporciona mayor peso y mejor sabor a la fruta, pero por otro lado también aumenta el riesgo de enfermedades para la producción. (Franco & Giraldo, 1999)

### **Tutorado**



Es necesario guiar el crecimiento de la planta ya que es rastrera, es decir, que crecen en el suelo y tienden a arrastrarse, por lo que un adecuado tutorado facilita la recolección de la mora. (Casaca Á. , 2005) Hay varios sistemas de tutorado como el chiquero, el tradicional y los sistemas de espaldera; para escoger el que se va a emplear se debe evaluar aspectos como la eficiencia para manejar el cultivo, costos, disponibilidad de materiales y facilidad de construcción. (Franco & Giraldo, 1999)

### **Poda**

Sin la poda los tallos de la planta tienden a enredarse lo que disminuye la producción de mora, fomenta la propagación de plagas y afecta la calidad del fruto, es por ello que podar es fundamental para un mejor manejo sanitario y una excelente producción, entre otros aspectos como preparar a la planta para la producción, facilitar la cosecha, etc. (Martínez, y otros, 2007)

### **Riego**

La planta de mora requiere de riego durante todo el año, y contribuye a que el tamaño de la mora sea mayor, la producción más alta y mejor sabor. La etapa crítica para el riego es durante la floración y crecimiento de la mora. Para escoger el método de riego también se necesitan evaluar distintos factores, pero el más adecuado para la mora es el sistema de goteo ya que principalmente se ahorra en mano de obra, no se desperdicia el agua y se adapta a todos los terrenos. (Casaca Á. , 2005)

### **Fertilización**

De acuerdo con Oleas (2003) en el cultivo de mora se realizan dos tipos de fertilización:

- Fertilización inicial: se la realiza antes de plantar.
- Fertilización de mantenimiento: se debe realizar cada seis meses

Cuando no se tiene una adecuada fertilización del cultivo se producen efectos nocivos para la planta que reducen significativamente los nutrientes característicos de la mora de castilla.

### **Tratamientos fitosanitarios**

Estos tratamientos son empleados para evitar la propagación de plagas y enfermedades que afectan el crecimiento de la planta y retardan el desarrollo del fruto. Existen demasiadas enfermedades que atacan el cultivo de mora produciendo pérdida para los agricultores ya que se propagan con facilidad por el terreno. (Tamayo, 2001)

### **Cosecha**

La cosecha se la realiza durante todo el tiempo desde que empieza la producción, se debe tener un cuidado especial para evitar el magullamiento ya que el líquido que sale de las drupas dañadas contiene azúcares que pueden provocar hongos en la fruta. Casaca (2005) menciona: "Un alto índice de lesiones pueden ocurrir durante la cosecha mientras la mora es arrancada y si el recolector sostiene varias frutas en la mano antes de ser transferidas a un recipiente."

La mora se debe cosechar durante las primeras horas del día y entre dos o tres veces por semana para que esté madura, se deben cosechar los frutos que se encuentren duros, firmes, de color vino tinto, sanos y enteros

de igual forma es importante cuidar la higiene de los recolectores de la fruta para evitar que se contaminen. (Bonnet, 1994)

## **Manejo poscosecha**

### **Selección**

Se debe separar las frutas que presentan daños o que dieran señales de mal estado para evitar que se contagien las demás y lleguen en mal estado al consumidor final. Por lo general, la selección se realiza en el momento de la recolección. (Franco & Giraldo, 1999)

### **Clasificación**

Esta actividad no es realizada por el productor, sino que el lote a venderse contiene todas las moras ya sea de alta o baja calidad, por ello el negociante es quien gana debido a que se lleva al precio de la mora de baja calidad sin importar que el lote este lleno de mora de buena calidad. Es recomendable que se clasifique la fruta al recogerla para evitar la manipulación y maltrato de la misma porque al estar una mora aplastada estar más fácil que se dañe el recipiente entero. (García & García , 2001)

### **Lavado y secado**

Debido a que es una fruta delicada, se debe tener mucho cuidado al lavarla en una superficie donde no sufra daño alguno; y con agua potable para retirar cualquier materia presente ya que puede causar roturas o plagas. (García & García , 2001)

La mora es una fruta compuesta por drupas en forma de globos diminutos muy suaves que llevan el jugo de la fruta conocido por su delicioso sabor, es por esto que se debe secar delicadamente en un área limpia y

desinfectada con ventiladores de techo u horizontales que retiren el agua de la fruta dentro de un empaque. (Picha, 2004)

### **Enfriamiento**

Se requiere conservar a la mora en temperaturas bajas para de esta manera lograr una buena calidad, en lugares bien ventilados y a la sombra para aprovechar las corrientes de aire y eliminar el calor que genera la respiración de la fruta. (Yahía & Higuera, 1992)

### **Almacenamiento**

Se debe almacenar la mora por lo general entre tres y cuatro horas hasta su transporte y como norma de higiene en cualquier producto perecedero se debe mantener orden y limpieza. (Casaca Á. , 2005)

### **Transporte**

El transporte se lo realiza generalmente en camiones o camionetas sin cuidados especiales hasta su destino que pueden ser mercados, sin embargo, es importante separar a las moras de productos que puedan transmitir olores o sabores distintos como es el caso de ajos y cebollas. (Oleas, 2003)

### **Cadena de valor**

El cultivo y comercialización de la mora es en varias provincias del Ecuador el medio de sustento de muchas familias vulnerables, debido a esto el gobierno ha prestado mucha atención al sector agrícola con el fin de incentivar sus actividades mediante ayuda económicas, capacitaciones, manuales, entre otras opciones para fomentar la agricultura.

Figura 3.

*Cadena de valor, productor directo de mora de castilla*

Cadena de Valor "Mora de castilla"			
Infraestructura	Recursos Humanos	Tecnología	Compras
Actividades de Soporte  Cuenta con capital propio y no realiza ninguna planificación, únicamente vende lo que produce	Cuenta con un empleado con el cual supervisa la plantación día a día	No emplea ninguna herramienta tecnológica, aplica cultivo tradicional	Lo realiza verificando precios y calidad
	En temporada de cosecha puede llegar a requerir hasta 25 personas		Cuenta con proveedores reconocidos en el área agrícola
	Por ser un trabajo temporal no brinda capacitación		Cuenta con materia prima disponible en sus bodegas para uso inmediato en caso de ser requerido.

Actividades Operacionales

Logística de entrada	Operaciones	Logística de salida	Marketing y Ventas	Servicio Post Venta
Búsqueda de proveedores de plantas	Siembra	Acopio	Cartera de clientes	No aplica
Preparación del suelo (Arado, Abono)	Riego		Estadísticas de ventas Producto ofertado	
	Control de plagas	Canales de distribución		
Adquisición de insumos tales como abono, nutrientes, entre otros	Cosecha	Empaque por cajas	Precios	

Se evidencia la importancia de la cadena de valor en el ciclo de la mora de castilla debido a que es la más adecuada para conocer todo el proceso que se realiza desde la obtención de materia prima hasta el consumidor final, ayudando a determinar cuáles son las actividades que encarecen el producto y requieren de mayores intermediarios, además de cómo opera el sector agrícola y detectar fallas o pormenores dentro de esta cadena con el fin de proporcionar posibles soluciones, y de esta manera contribuir a que los pequeños productores mejoren su estructura de costos y por tanto de la cadena de valor.

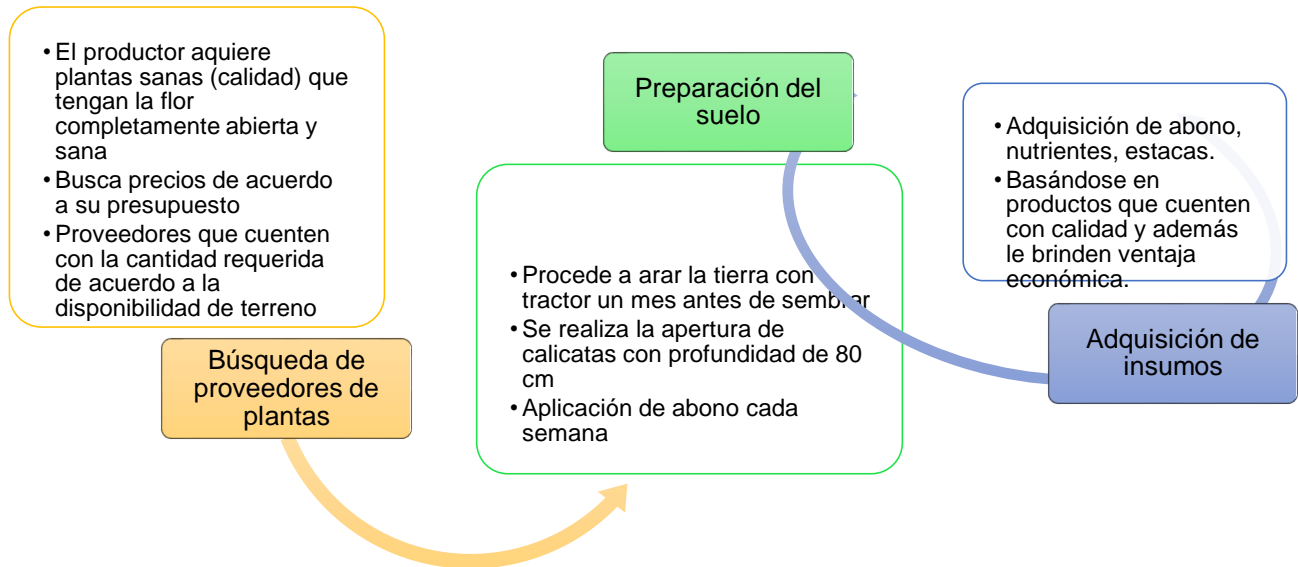
### **Detalle de la cadena de valor de un productor de mora de castilla entrevistado**

A continuación, se detalla cada uno de los procesos para la obtención de mora de castilla para lo cual se ha tomado contacto con un productor directo identificando así:

- **Actividades primarias:** Se entiende por actividades primarias a todas aquellas relacionadas con el proceso de obtención de mora de castilla.
  - ✓ **Logística de entrada:** Aquí se logra identificar cada uno de los suministros necesarios para iniciar la plantación de mora

**Figura 4.**

*Logística de entrada, cadena de valor de productor de mora*



- ✓ **Operaciones:** Consta de las actividades que se realizan para el cuidado y la producción de la mora de castilla.

**Figura 5.**

*Operaciones, cadena de valor de productor de mora*

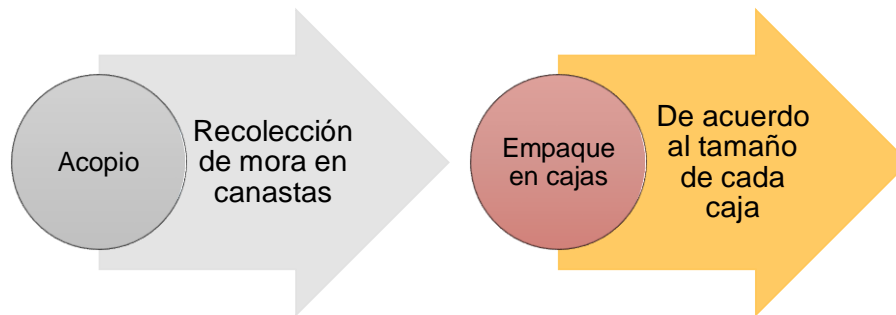
Siembra	Riego	Control de plagas	Cosecha
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se procede a sembrar cada planta adquirida</li> <li>• Cada planta debe tener separación de 1,75 metros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada 8 días de manera constante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se fumiga cada 15 días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada 8 días (obtiene aproximadamente 30 - 50 cajas)</li> <li>• 3 veces al año en temporadas altas</li> </ul>



- ✓ **Logística de salida:** Son las actividades diseñadas para la recolección de la fruta con el fin de proceder a su venta y distribución.

**Figura 6.**

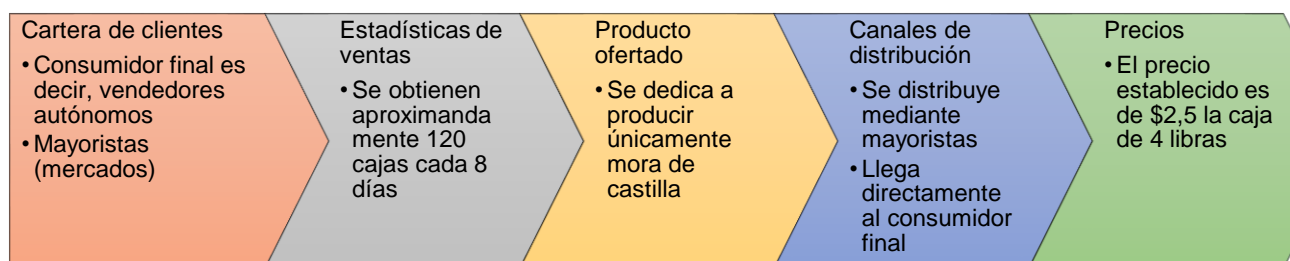
*Logística de salida, cadena de valor de productor de mora*



- ✓ **Marketing & Ventas:** Se identifican las actividades para una correcta planificación y venta de la fruta, además de su distribución y precio.

**Figura 7.**

*Marketing y ventas, cadena de valor de productor de mora*



- **Actividades Secundarias:** También conocidas como actividades de soporte, son las que intervienen de forma indirecta en la producción

de la fruta, pero son igual de importantes como las actividades primarias.

- ✓ **Infraestructura:** Son las actividades que consisten en administración, planificación, finanzas, que resultan muy necesarias para el continuo funcionamiento del negocio.

### Figura 8.

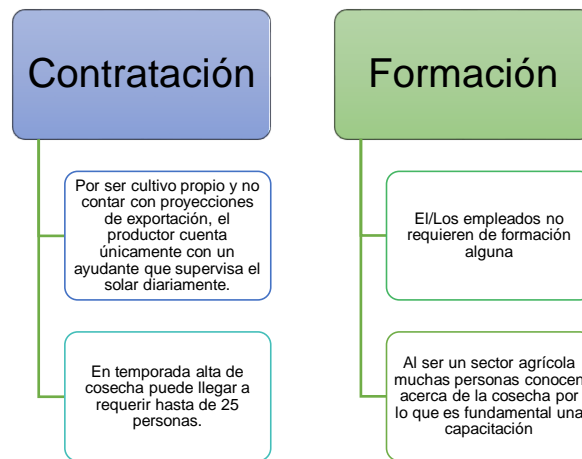
*Infraestructura, cadena de valor de productor de mora*



- ✓ **Recursos humanos:** Se encarga de gestionar la búsqueda, contratación y formación del personal necesario para llevar a cabo las funciones necesarias en el negocio de producción de la mora.

### Figura 9.

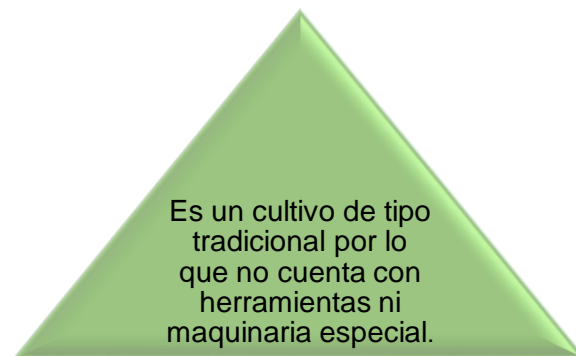
*Recursos humanos, cadena de valor de productor de mora*



- ✓ **Tecnología:** Es la administración integral de cada uno de los aspectos tecnológicos

### Figura 10.

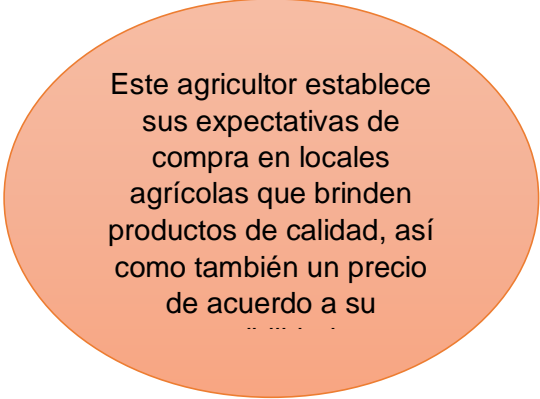
*Tecnología, cadena de valor de productor de mora*



- ✓ **Compras:** Es la forma en la que se abastece de lo necesario para la producción y mantenimiento.

### Figura 11.

*Compras, cadena de valor de productor de mora*



Este agricultor establece sus expectativas de compra en locales agrícolas que brinden productos de calidad, así como también un precio de acuerdo a su

## **Asociaciones de productores de mora**

### **Asociación**

Las asociaciones nacen por la necesidad de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que hacen frente a la globalización. En este mecanismo de cooperación cada empresa decide participar en conjunto con los demás miembros ya que todos tienen un objetivo en común. (Navas, 2014)

La asociatividad es una forma de organización que permite a quienes la conforman lograr mayor productividad, reducir costos y optimizar recursos. Las características de la asociación son: trabajo articulado, la colaboración es voluntaria, la unidad entre todos, hay confianza y acuerdos, se busca alcanzar los objetivos y el bien común. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2016)

Según Amaguaña (2019) existen dos tipos de asociaciones:

- Asociaciones de productores que han aprendido a trabajar en equipo, y
- Asociaciones de productores se reúnen para gestionar un beneficio, pero después trabaja cada uno por su lado.

Se dice que en los países en vías de desarrollo se encuentra solo del segundo tipo de asociación, especialmente cuando se trata de pequeños productores, lo que ha generado que los productos obtenidos sean de baja calidad, no exista mucho apoyo a los agricultores, accesibilidad muy limitada a los créditos, dando como resultado el individualismo y desconfianza dejando vulnerable al sector agrícola. La importancia de las asociaciones radica en el rápido desarrollo tecnológico, grado alto de inversión y la competencia mundial que cada vez es más fuerte, por lo que especialmente para pequeños productores es importante pertenecer a una de estas ya que trabajar en equipo es la estrategia más acertada en este entorno tan competitivo y globalizado, y de forma individual sería muy poco probable conseguir buenos resultados. (Amaguaña, 2019)

En Ecuador, donde las condiciones climáticas son óptimas para el desarrollo de la planta de mora, la cual produce cada semana, esta fruta cítrica que se utiliza mayormente para la elaboración de vinos, helados y otros productos alimenticios, existen varias asociaciones de productores de mora (La Hora, 2018):

- Tisaleñita: ubicada en el cantón Tisaleo donde seis de cada 10 agricultores se dedican a la producción de mora de castilla, cultivos que ocupan más de 300 hectáreas del cantón, que es uno de los primeros productores de mora a nivel provincial. (La Hora, 2018)
- San Francisco
- San Martín

- Cadena Provincial de la Mora: “ASOPROCAMOR”. Grupo de socios dedicados a la producción de mora con procesos amigables con la naturaleza y personal capacitado. (Cunalata, 2018)
- Asociación de Productores Alternativos Esfuerzo Olímpico de Santa Lucía: cuenta con 23 socios, comercializa la mora que produce al Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato y en muy poca cantidad realiza derivados de esta fruta. (Salazar & Enríquez , 2017)
- Asociación La Nueva Alborada: en Patate donde el 80% de la población se dedica a actividades agropecuarias, de las cuales el 60,73% vive exclusivamente del cultivo de mora, según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (La Hora, 2017)
- Asociación de productores de Mora de Castilla de la Parroquia Huachi Grande

Como se ha mencionado anteriormente, las asociaciones actúan en conjunto con objetivos en común, es decir, que todos los miembros caminan por la misma dirección ya sea para promover la agricultura, incentivar la producción, acceder a financiamientos, rechazo al trabajo infantil, entre otros. La asociatividad es bien vista en la provincia de Tungurahua debido a que la agricultura es la principal actividad de este lugar, por lo que la unión de productores de mora resulta en mayor productividad, mejor calidad y más ingresos.

### **Asociaciones de comercio justo**

#### **Comercio justo**

De acuerdo con la Organización Internacional de Comercio Justo (WFTO, 2020):

El comercio justo es una relación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional. (Biblioguías CEPAL, 2020)

El comercio justo es una asociación creada con el fin de contribuir al desarrollo sostenible de los pequeños productores o productores marginados mediante la mejora de condiciones laborales y comerciales. Los productos que pertenecen a este grupo llevan la marca de comercio justo garantizando a quien los adquiere, el hecho de que los productores tengan su pago justo por la elaboración de dicho producto, así como distintos principios que cumple el comercio justo. (Andrade, 2008)

### **Principios del comercio justo**

#### **Figura 12.**

*Principios del Comercio justo*



*Nota. Adaptado de World Fair Trade Organization Latin America Comercio Justo, por World Fair Trade Organization, (2020)*

**Principio 1:** Establecer oportunidades para los productores más desfavorecidos

El objetivo de este principio es que los productores marginados ya sean pymes o asociaciones logren una independencia económica y puedan salir de la pobreza e inseguridad en la que se encuentran.

**Principio 2:** Transparencia y responsabilidad

La organización es transparente en su gestión y relaciones comerciales, además es responsable con sus grupos de interés y respeta la información que posee debido al alto grado de confidencialidad y sensibilidad con la que se debe manejar.

**Principio 3:** Prácticas comerciales justas

La organización se preocupa por la situación económica, social y ambiental de los pequeños productores. Los clientes de comercio justo conocen la situación de los productores marginados por lo que se aseguran



de que reciban el pago por el producto adquirido, igualmente estos productores se esfuerzan por entregar un producto de calidad, de esta forma crean y mantienen relaciones comerciales a largo plazo con sus compradores basadas en la confianza, solidaridad y respeto apoyando las actividades de comercio justo. Adicional a esto, la organización de comercio justo promueve y protege la identidad cultural, tradiciones, costumbres y habilidades de los pequeños productores mismos que son reflejados en los productos que proveen.

**Principio 4:** Pago de un precio justo

El principio de pagar lo justo, acorde al duro trabajo realizado entre hombres y mujeres. El precio justo se establece de mutuo acuerdo a través del diálogo y participación que confirma un pago justo a los productores y es socialmente aceptable tanto para compradores como para productores por las capacidades y desarrollo necesario empleado en la obtención del producto o servicio de comercio justo.

**Principio 5:** Asegurar ausencia del trabajo infantil y trabajo forzoso

Está ligada a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a la ley nacional/local sobre el empleo de los niños, asegurando que no exista trabajo infantil y si existe participación de los niños en la producción de comercio justo se debe comunicar y monitorear para confirmar que estas actividades no interfieren con el bienestar, seguridad, estudios y otras necesidades infantiles.

**Principio 6:** Protección a las personas en cuanto a la discriminación, garantizar una igualdad entre géneros y permitir una libre asociación (sindical)

La organización es imparcial al momento de contratar, remunerar, capacitar o jubilar a sus empleados en cuanto a raza, género, religión, discapacidad, orientación sexual, estatus o edad. Se facilita el acceso a puestos de alto rango a mujeres y promueve el desarrollo de habilidades y oportunidades a ambos géneros, además de tomar en cuenta las necesidades de mujeres embarazadas. El comercio justo garantiza los derechos de todos los empleados a formar asociaciones y afiliarse a sindicatos de su elección y a negociar colectivamente.

**Principio 7:** Asegurar buenas condiciones de trabajo

La organización cumple con las normas de la OIT (Organización Internacional de Trabajo), sobre los horarios, condiciones, seguridad, salud y otros aspectos que aseguran un buen entorno de trabajo para empleados y miembros.

**Principio 8:** Facilitar el desarrollo de capacidades

La organización promueve el desarrollo de capacidades y habilidades de los empleados mediante actividades específicas para mejorar sus habilidades gestión, capacidad de producción, acceso a los distintos mercados, entre otros.

**Principio 9:** Promoción del comercio justo

En la actualidad es esencial crear consciencia del comercio justo para una mayor equidad en el comercio, por ello la organización da a conocer información acerca del comercio justo, sus productos y productores, además de la forma en que elaboran u obtienen sus productos, para así promover técnicas honestas de publicidad y comercialización.

**Principio 10: Respeto por el medio ambiente**

Los miembros de organizaciones de comercio justo realizan sus productos empleando al máximo materias primas de origen natural, reducen el consumo de energía, agua y se esfuerzan por reducir las emisiones de gases nocivos para el medio ambiente. Los pequeños productores doblan sus esfuerzos al usar plaguicidas orgánicos o reduciendo el uso de pesticidas, también emplean envases y embalajes hechos con productos reciclados o biodegradables cumpliendo así con los requerimientos de compradores que se interesan por el medio ambiente.

**Asociaciones de comercio justo de mora en Ecuador**

No se registran asociaciones de comercio justo de mora de castilla en el Ecuador, y al ser un tema poco abordado los pequeños agricultores prefieren producir de manera individual.

**Análisis de la situación actual del sector exportador de la mora de castilla**

Analizar la situacional actual de exportación de la mora es fundamental para conocer los factores económicos que influyen directamente en el sector exportador y determinar la viabilidad que tiene la mora para exportar.

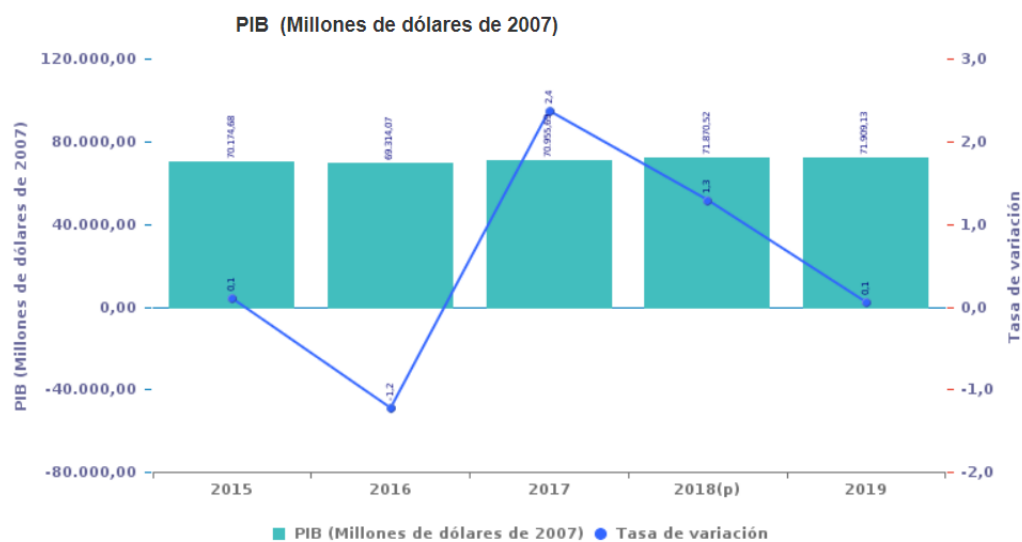
**Producto interno bruto**

El Producto Interno Bruto mide la riqueza generada en un país para un período determinado, y la tasa de variación entre cada año es considerada como el principal indicador económico de la evolución económica del país. (Banco Central del Ecuador, 2020) Es importante su análisis para conocer el peso que tiene de la mora de castilla en las

exportaciones ecuatorianas y de esta forma estudiar el estado del sector exportador de mora hacia mercados como Estados Unidos y España.

**Figura 13.**

*PIB del Ecuador*



*Nota.* Adaptado de *bce.fin.ec*, por Banco Central del Ecuador, (2020),

**Tabla 3.**

*PIB del Ecuador del año 2015 al 2019*

AÑO	PIB (Millones de dólares)	PIB (Millones de dólares de 2007)	Tasa de variación
2015	99.290,38	70.174,68	0,1
2016	99.937,70	69.314,07	-1,2
2017p	104.295,86	70.955,69	2,4

<b>2018(p)</b>	107.562,01	71.870,52	1,3
<b>2019prel</b>	107.435,67	71.909,13	0,1

Fuente. (Banco Central del Ecuador, 2020)

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador, el PIB ha tenido una variación negativa muy fuerte del año 2015 al 2016, esto debido a la caída de los precios del petróleo que constituye la principal fuente de ingresos del Ecuador, puesto que el precio se fijó en 30\$/barril. (Flores & Ullauri, 2019) Entre octubre 2018 y octubre 2019 el valor unitario promedio del barril exportado de crudo cayó en 26.4%. En el último trimestre del 2019 se registró una caída en la variación debido al paro nacional del mes de octubre por la eliminación del subsidio a los combustibles que dejó pérdidas entre USD 700 y USD 800 millones en la economía, teniendo un fuerte impacto en las finanzas a lo que se suma la poca inversión pública y privada en el país lo que desencadena la paralización de proyectos, falta de empleo, menos consumo y poca producción de las empresas. (El Comercio, 2019) Estos factores mencionados afectan los sistemas productivos, precios de los productos y sobre todo las perspectivas de exportación, teniendo en cuenta ya la vulnerabilidad de los pequeños productores.

### **Balanza comercial**

La Balanza comercial es un registro de las importaciones y exportaciones que realiza un país en un período determinado, el saldo de la balanza comercial es la diferencia entre los ingresos de los productos que un país vende al exterior y el de los que compra al extranjero. (Benavides, Reinoso, & Estevez, 2017) En la balanza comercial se registran las transacciones comerciales efectuadas entre países y el saldo de la misma

representa el crecimiento o disminución económica y social de un país; por lo tanto, cuando se habla de un déficit en la balanza comercial (total negativo) significa que el total de las importaciones es mayor que el total de las exportaciones, en cambio cuando se habla de superávit (total positivo) significa que las exportaciones han sido mayores que las importaciones. (Banco Central del Ecuador, 2019)

**Figura 14.**

**Balanza comercial del Ecuador 2019**

	Ene - Oct 2017		Ene - Oct 2018		Ene - Oct 2019		Variación 2019 - 2018	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta USD	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>26,537.5</b>	<b>15,718.8</b>	<b>25,888.9</b>	<b>18,234.7</b>	<b>27,445.3</b>	<b>18,434.1</b>	<b>199.4</b>	<b>1.1%</b>
<i>Petroleras</i>	17,949.7	5,594.9	17,194.2	7,596.7	18,531.8	7,334.0	-262.7	-3.5%
<i>No petroleras</i>	8,587.8	10,123.9	8,694.7	10,638.1	8,913.5	11,100.1	462.1	4.3%
<b>Importaciones totales</b>	<b>13,115.9</b>	<b>15,534.4</b>	<b>14,305.0</b>	<b>18,498.3</b>	<b>14,726.6</b>	<b>18,301.6</b>	<b>-196.6</b>	<b>-1.1%</b>
<i>Bienes de consumo</i>	791.2	3,405.9	858.5	4,026.3	935.8	3,972.0	-54.3	-1.3%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	3.2	124.6	3.2	132.4	3.2	129.2	-3.2	-2.4%
<i>Materias primas</i>	6,948.7	5,573.5	7,560.6	6,283.7	7,361.2	5,916.2	-367.6	-5.8%
<i>Bienes de capital</i>	394.3	3,785.0	456.6	4,352.6	450.3	4,565.6	213.0	4.9%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	4,974.0	2,605.8	5,421.0	3,646.0	5,967.0	3,625.7	-20.2	-0.6%
<i>Diversos</i>	4.5	37.4	5.1	55.5	9.1	84.8	29.2	52.6%
<i>Ajustes (3)</i>		2.2		1.8		8.2	6.5	100.0%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>184.4</b>		<b>-263.5</b>		<b>132.5</b>	<b>396.0</b>	<b>150.3%</b>
<b>Bal. Comercial - Petrolera</b>		<b>2,975.4</b>		<b>3,932.1</b>		<b>3,696.9</b>	<b>-235.2</b>	<b>-6.0%</b>
<i>Exportaciones petroleras</i>		5,594.9		7,596.7		7,334.0	-262.7	-3.5%
<i>Importaciones petroleras</i>		2,619.5		3,664.5		3,637.1	-27.4	-0.7%
<b>Bal. Comercial - No petrolera</b>		<b>-2,790.9</b>		<b>-4,195.7</b>		<b>-3,564.4</b>	<b>631.3</b>	<b>15.0%</b>
<i>Exportaciones no petroleras</i>		10,123.9		10,638.1		11,100.1	462.1	4.3%
<i>Importaciones no petroleras</i>		12,914.9		14,833.7		14,664.5	-169.2	-1.1%

*Nota.* Adaptado de *bce.fin.ec*, por Banco Central del Ecuador, (2019)

La Balanza comercial para el año 2019 registró un total de USD 132.5, como el saldo fue positivo se dice que hubo un superávit, y frente al año pasado hay un incremento de USD 396 millones con un déficit de USD -263.5 millones, debido a que como se indica en la tabla anterior en 2018 las importaciones totales fueron mayores a las exportaciones totales mientras que en 2019 sucedió lo contrario.

La mora de castilla forma parte del rubro Frutas de las exportaciones no petroleras del Ecuador, las cuales han ido creciendo lentamente ya que en el año 2018 se registra un aumento de 0,1% frente al 2017 y para 2019 las exportaciones aumentaron en 0.12%. Estas cifras muestran que las exportaciones de fruta van aumentando lo que beneficia a los productores de mora puesto que tienen más oportunidad de comercializar su producto.

### **Aporte del sector agrícola a la economía ecuatoriana**

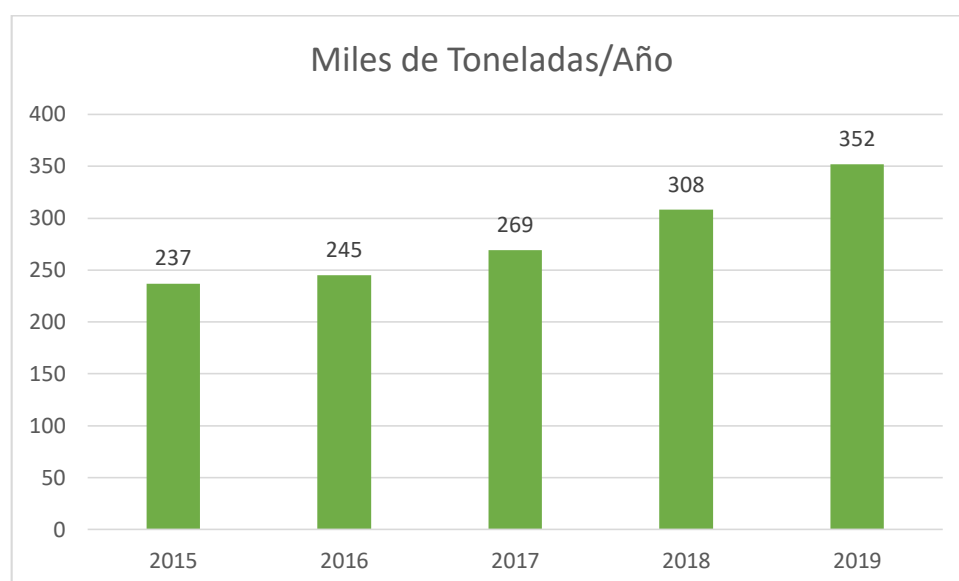
El sector agrícola constituye una base fundamental en la economía ecuatoriana debido a tres factores, en primer lugar, representa el 9% del PIB total del país; en segundo lugar, constituye la base de la política de soberanía alimentaria donde el Ecuador asegura a las personas autosuficiencia de alimentos de forma permanente. Por último, conduce a la balanza comercial a un superávit y es una fuente importante de ingreso de divisas debido a las exportaciones. Adicionalmente, el sector agrícola es la tercera fuente de ingresos y genera empleo en los sectores rurales. (Fiallo, 2017)

El Ecuador es un país dotado de características climáticas y geográficas que le permiten cultivar una variedad de frutas apetecidas en el extranjero, lo que constituye una ventaja comparativa. De acuerdo con Fiallo (2017) el Ecuador se ha conocido por ser un país netamente agrícola, por lo que sectores como la agricultura, ganadería, pesca, son grandes fuentes de empleo llegando a representar hasta el 2017 un 26,8%, a pesar de que otras industrias como la petrolera o manufacturera han ido desarrollándose cada vez con más fuerza gracias a inversiones y planes de gobierno.

En la actualidad el sector agrícola no es el que más contribuye al PIB ya que constituye únicamente el 8%, pero es importante destacar que en décadas pasadas llegó a constituir un poco más del 25%, sin embargo, debido a la gran demanda del petróleo y sus derivados, se dejó de lado los demás sectores para enfocarse en exportar el producto más requerido en el exterior. (Fiallo, 2017)

### Figura 15.

*Exportaciones de mora 2019*



*Nota. Adaptado de Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019,)*

Como se muestra en la figura 6 para el año 2019 las exportaciones ecuatorianas de mora alcanzaron el máximo de 352,247 toneladas, incrementando un 15% en comparación con 2018, porque hubo mayor stock del producto debido al incremento de la producción mundial. Desde el año 2015 se han ido incrementando las exportaciones gracias a la producción



constante y al trabajo de los agricultores que se encargan de aprovechar el suelo y los beneficios que posee el clima ecuatoriano.

## **CAPÍTULO IV**

### **Mercado mundial objetivo**

#### **Acuerdos comerciales suscritos por Ecuador**

Los acuerdos comerciales en el contexto internacional fomentan las relaciones entre naciones, regiones y bloques comerciales facilitando con ello el intercambio de bienes y o servicios. Los países que llegasen a suscribir un acuerdo comercial gozaran de beneficios tales como reducción de aranceles, disminución de documentos de importación/exportación, entre otros.

Ecuador históricamente se ha caracterizado por la exportación de materias primas y la importación de productos con valor agregado, la economía ecuatoriana busca principalmente ampliar su relación con el resto de naciones ya que con ello tendrá mayor participación internacional y por ende mejorará su economía. Entre los productos más apetecidos por el mercado internacional se encuentran los de origen agrícola tales como cacao, banano, frutas, hortalizas; productos de mar; entre otros.

Una evolución cronológica entre las relaciones Ecuador – Estados Unidos permite identificar una relación poco amistosa, debido principalmente a la postura de los líderes de turno; así como también las diferentes disputas diplomáticas como el conocido caso de asilo político por Ecuador a Julian Assange.

Estados Unidos ha enfocado la mayoría de sus esfuerzos por fortalecer su economía interna, para de esa forma incrementar su nivel de participación en el contexto internacional superando a China, poniendo así requisitos que deben cumplir los productos objeto de importación.

Por su parte las relaciones comerciales Ecuador – España se han desarrollado en un ambiente de armonía y beneficio para las dos partes ya que se ha realizado un intercambio recíproco, beneficiando con ello la balanza comercial de ambas naciones.

El sistema general de preferencias (SGP), está creado con el fin de favorecer a naciones poco favorecidas, brinda la reducción de impuestos a determinados productos, así como también la reducción de obstáculos para ingresar de un mercado a otro. Tanto España como Estados Unidos en el transcurso de los años han aplicado con Ecuador un Sistema General de Preferencias (SGP); sin embargo, este sistema no beneficiaba por completo a la economía ecuatoriana puesto que dicho sistema únicamente da desgravación arancelaria a determinados productos, afectando así al resto de la oferta exportable.

El Acuerdo que conforma el SGPC, compuesto por 43 países incluyendo Ecuador, canaliza institucionalmente la oportunidad de avanzar y consolidar el comercio Sur-Sur como herramienta para que los países en desarrollo puedan afianzar su inter relacionamiento comercial para incorporar agrupamientos regionales y preservar las preferencias y ventajas comerciales. (Fossati & Levit, 2010)

#### **Tabla 4.**

*Acuerdos comerciales suscritos vigentes*

Acuerdo comercial	Países miembros	Fecha entrada en vigor
-------------------	-----------------	------------------------

Acuerdo de Cartagena		16 de octubre 1969
CAN	Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia	
Convenio de complementación del sector Automotor	Colombia, Ecuador, Venezuela	17 de septiembre 1999
Acuerdo Comercial Multipartes Unión Europea	Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, Eslovaquia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Reino Unido, Suecia	01 de enero 2017

Fuente. (Subgerencia de Programación y Regulación; Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera, 2019).

**Tabla 5.***Acuerdos de Alcance Parcial de complementación económica*

<b>Acuerdo comercial</b>	<b>Países miembros</b>	<b>Fecha entrada en vigor</b>
AAP CE 46	CUBA	7 de marzo 2001
AAP CE	CHILE	29 de enero 2010
AAP A 42	GUATEMALA	19 de febrero 2013
AAP A 45	EL SALVADOR	16 de noviembre 2017
AAP A 46	NICARAGUA	19 de noviembre 2017
AAP CE 59	COLOMBIA,	-
MERCOSUR	ECUADOR, VENEZUELA	

Fuente. (Subgerencia de Programación y Regulación; Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera, 2019).

**Tabla 6.***Acuerdos de Alcance parcial de Renegociación*

<b>Acuerdo comercial</b>	<b>Países miembros</b>	<b>Fecha entrada en vigor</b>
AAP R 29	MEXICO	6 de agosto 1887

Fuente. (Subgerencia de Programación y Regulación; Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera, 2019).

**Tabla 7.***Acuerdos comerciales aún no vigentes*

<b>Acuerdo Comercial</b>	<b>Países Miembros</b>	<b>Fecha de suscripción</b>
Acuerdo de libre comercio	Reino Unido, Ecuador	15 de mayo 2019
Asociación de Libre Comercio (AELC) Asociación Europea de Libre Comercio	Unión Europea	18 de junio 2018

Fuente. (Subgerencia de Programación y Regulación; Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera, 2019).

**Partida arancelaria****Tabla 8.***Descripción de acuerdo al arancel*

<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	
<b>Sección II</b>	Productos del reino vegetal
<b>Capítulo 8</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.
<b>Partida Sistema Armonizado 0810</b>	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
<b>Subpartida Sistema Armonizado 0810.20</b>	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa

Fuente.(Arancel Nacional Resolución No 20, 2017)

## Principales importadores de mora a nivel mundial

**Tabla 9.**

*Principales importadores de la subpartida 081020*

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
	<b>Cantidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Importadores</b>	<b>importada</b>	<b>importada</b>	<b>importada</b>	<b>importada</b>
	<b>en</b>	<b>en</b>	<b>en</b>	<b>en</b>
	<b>toneladas</b>	<b>toneladas</b>	<b>toneladas</b>	<b>toneladas</b>
Mundo	-	.	-	-
China	1408667	1444784	1595972	1717093
Estados Unidos de América	774741	782539	874120	906486
Hong Kong, China	513787	482569	449964	519616
Alemania	393292	381465	388005	461708
Rusia, Federación de	260750	337551	396662	375364
Arabia Saudita	92049	99954	200069	269179
Países Bajos	188289	210157	227416	266048
Canadá	233777	240698	248945	255269
Francia	235078	237840	234846	250700
Reino Unido	187604	192180	193029	231950

Bélgica	223326	215781	237540	231208
España	203379	270606	243640	213115

Fuente. (Trade Map, 2021))

Se puede identificar que China es el principal importador, incrementando su consumo año a año durante el periodo de estudio, Seguido por Estados Unidos que de igual forma denota tendencia de crecimiento, como tercer consumidor se identifica a Hong Kong mostrando cantidades de consumo variado en el periodo de análisis.

### Principales exportadores de mora a nivel mundial

**Tabla 10.**

*Principales exportadores de la subpartida 081020 desde el año 2016*

	2016	2017	2018	2019
Exportadores	Cantidad exportada en Toneladas	Cantidad exportada en Toneladas	Cantidad exportada en Toneladas	Cantidad exportada en Toneladas
<b>Mundo</b>	6965469	7666522	7857095	-
<b>Tailandia</b>	901601	1301397	1149230	1419052
<b>Viet Nam</b>	621540	989810	1041464	957001
<b>España</b>	672627	704797	652368	738597
<b>Nueva Zelandia</b>	588034	521245	626091	613748
<b>Hong Kong, China</b>	433564	400460	356614	430970
<b>Egipto</b>	292821	207804	232722	347530



<b>Italia</b>	443463	353820	318795	332946
<b>Chile</b>	351681	311250	351900	312675
<b>Estados Unidos de América</b>	265949	273466	279054	283102
<b>Países Bajos</b>	194190	202393	228119	274608

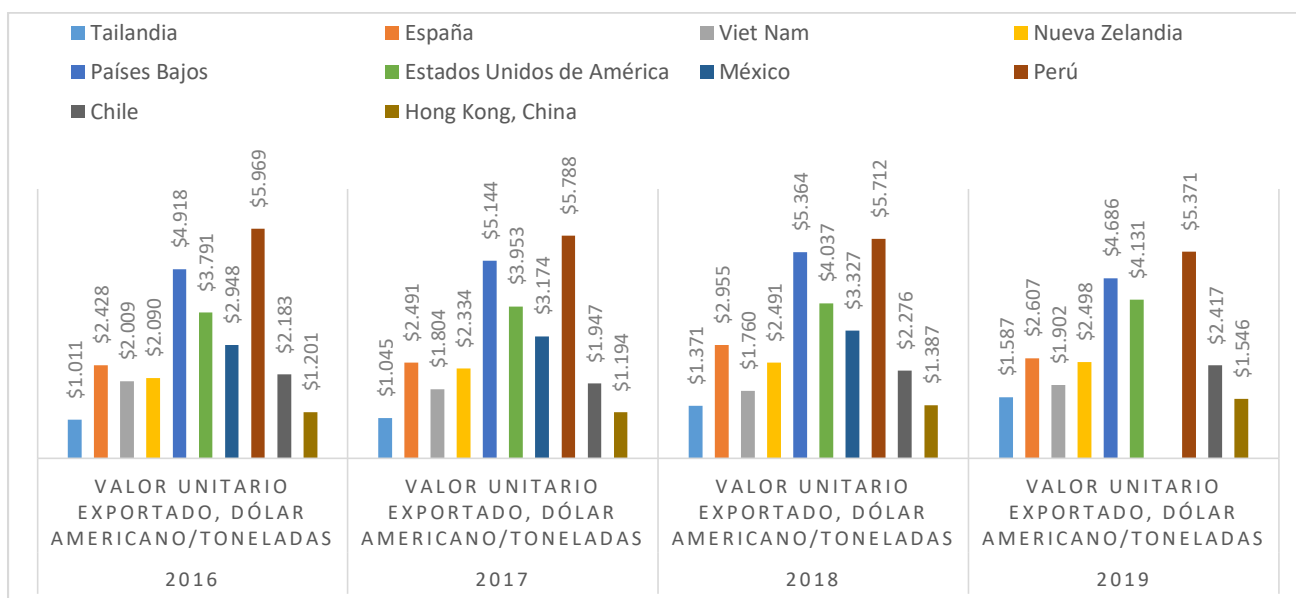
Fuente. (Trade Map, 2021)

El principal exportador de esta partida es Tailandia con un incremento de sus exportaciones durante el periodo de análisis, esta seguido por Viet Nam que no muestra un crecimiento constante en la cantidad que exporta, por último, España.

### Precios a nivel mundial

**Figura 16.**

*Valor unitario (USD/unidad ton) 2016, 2017, 2018, 2019*



*Nota.* Adaptado de *trademap.org*, por Trade Map, (2021),

En la figura 17 se muestra que el precio unitario durante el periodo de análisis ha variado en los diferentes países manteniéndose en un promedio de 2 a 5 dólares por kilogramo.

### Productores ecuatorianos de mora

**Tabla 11.**

*Principales productores de mora de castila registrados en la base de datos de AGROCALIDAD*

<b>Nombre del productor</b>	<b>Provincia</b>	<b>Cantón</b>	<b>Contacto</b>
<b>Elizabeth Calero</b>	Cotopaxi	Salcedo/Panzaleo	0984753801
<b>Luis Ayala Pastuña</b>	Cotopaxi	Sigchos/Chugchilán	0979463745
<b>Blanca Travez</b>	Cotopaxi	Sigchos/Chugchilán	0985725976
<b>Rodolfo Ayala</b>	Cotopaxi	Sigchos/Chugchilán	0962889021
<b>Azucena Bonilla</b>	Tungurahua	Cevallos/Cevallos	09 84741878
<b>Luis Díaz</b>	Tungurahua	Mocha/Pinguili	09 93931682
<b>Elvia Poaquiza</b>	Tungurahua	Tisaleo/Tisaleo	09 69982921
<b>Edgar Rovalino</b>	Tungurahua	Cevallos/Cevallos	09 84741878

---

<b>Miguel Rodríguez</b>	Tungurahua	Tisaleo/Tisaleo	09 39277427
-------------------------	------------	-----------------	-------------

---

Fuente. (AGROBOX, 2021)

Se puede identificar que AGROCALIDAD únicamente cuenta registrado a proveedores de la provincia de Cotopaxi y Tungurahua, sin tomar en consideración el resto de provincias que de igual forma cuentan con potencial para producir este fruto.

### **Empresas ecuatorianas exportadoras de mora**

**Tabla 12.**

*Empresas ecuatorianas exportadoras de mora*

EMPRESA	RUC	TOTAL KG EXPORTADOS (2015-2019)
CASTRO NARVAEZ NATALIA DEL LOURDES	1802732733001	23566,16
COMPAÑIA PRODUCTORA Y EXPORTADORA PANAGLOBAL CIA LTDA	1792493145001	52046
EVANS TAKAHASHI MARY HELEN	1707361844001	105
FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	0992759585001	3395,09
OPERADORA Y PROCESADORA DE PRODUCTOS MARINOS OMARSA S.A.	0990608504001	2300

---

PROCESADORA DE FRUTAS NATURALES PROFRUTAS CIA. LTDA.	0990820511001	59896,06
PROYIMAR S.A.	0992271892001	10788,61

Fuente. (COBUS GROUP, 2020)

En la actualidad, el Ecuador no cuenta con un gran número de empresas exportadoras debido a distintos motivos, entre ellos, el más importante se debe a la falta de conocimiento del proceso puesto que los pequeños productores no se encuentran capacitados o no tienen acceso a la información necesaria para comercializar su producto en el exterior, además muchos de ellos consideran que el gobierno no fomenta esta actividad puesto que se debería apoyar al sector agrícola ya sea con asesoría, financiamiento y demás aspectos que impulsen al productor a exportar. Otro factor por el que hay muy pocas empresas exportadoras es debido a los diferentes requisitos que pide cada país, a esto se suma la difícil conservación de la mora ya que es un producto muy perecedero por lo que requiere de muchos cuidados para llegar a su destino con la calidad obtenida en origen.

### **Países de destino de las exportaciones ecuatorianas de mora**

#### **Tabla 13.**

*Países de destino de exportaciones de mora*

<b>EMPRESA</b>	<b>País de destino</b>	<b>TOTAL KG EXPORTADOS (2015-2019)</b>
CASTRO NARVAEZ	Estados	23566,16
NATALIA DEL LOURDES	Unidos	
COMPañIA	Estados	52046
PRODUCTORA Y EXPORTADORA PANAGLOBAL CIA LTDA	Unidos	
EVANS TAKAHASHI MARY	Estados	105
HELEN	Unidos	
FAMILY FOOD ECUADOR	Estados	3395,09
S.A. FAMODECSA	Unidos	
OPERADORA Y PROCESADORA DE PRODUCTOS MARINOS OMARSA S.A.	Vietnam	2300
PROCESADORA DE FRUTAS NATURALES	Estados	19604,74
PROFRUTAS CIA. LTDA.	Unidos	40066
	España	225,32
	Chile	
PROYIMAR S.A.	Estados	10788,61
	Unidos	

Fuente. (COBUS GROUP, 2020)

El Ecuador cuenta únicamente con cuatro socios importadores de la mora de castilla, entre 2015 y 2019 son Estados Unidos, Vietnam, España y

Chile. La mora es un producto que por sus características nutricionales es muy requerido en Estados Unidos ya que los consumidores aprecian la calidad y sabor del fruto ecuatoriano además de otros nutrientes que posee.

### Total de Kilogramos exportados

**Figura 17.**

*Kilogramos exportados de mora 2015-2019*



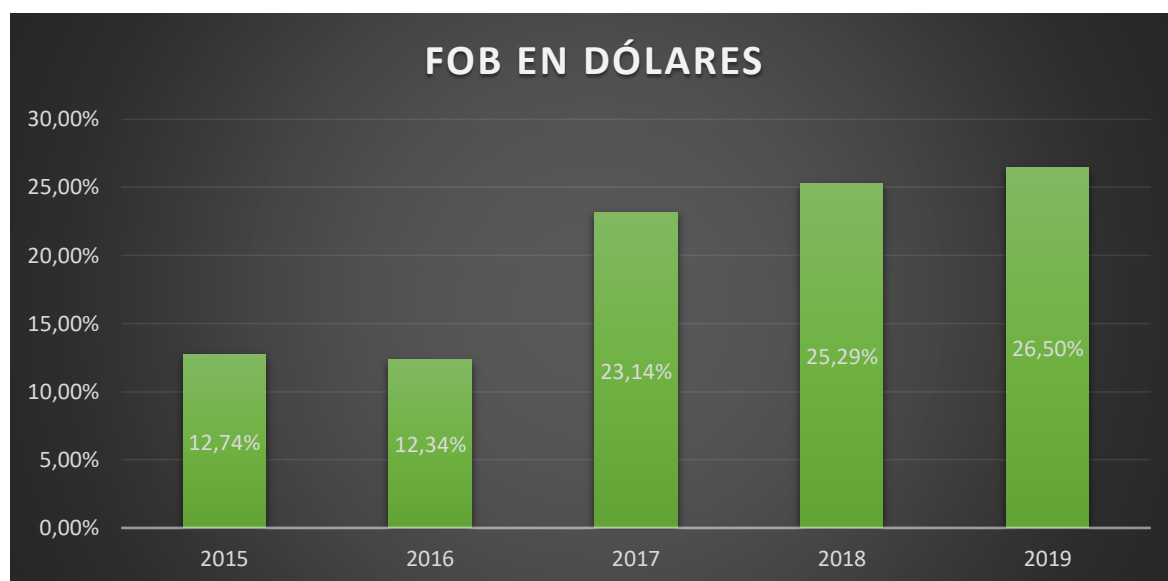
*Nota.* Adaptado de *cobusgroup*, por Cobus Group (2020)

El total de kilogramos exportados del 2015 al 2019 para la mora de castilla es de 265726,71 kg. Estados Unidos es el principal importador de mora con 109505,6 kg representando el 72% del total de exportaciones, España representa el 26,34% con un total de 40066 kg. En tercer lugar, con un 1,51% está Vietnam que ha importado 2300 kg de mora entre 2015 y 2019; y por último Chile únicamente con el 0,15% de importación de mora.

## FOB período estudio

### Figura 18.

*Total FOB de exportaciones de mora 2015-2019*



*Nota.* Adaptado de *cobusgroup*, por Cobus Group (2020)

El total de exportaciones de mora de castilla en término FOB, comprendido entre 2015 y 2019 es de \$265726,71. Como se muestra en el gráfico ha habido una disminución de 2015 al 2016 de \$1059,91, mientras que para el 2017 hubo un aumento de \$28690,31. Para el año 2018 se evidencia un incremento bajo al igual que para 2019 con un total \$70414 FOB para la exportación de mora.

## Acceso al mercado español

### Perfil consumidor español

Europa es un continente conformado por 50 países, cuenta con una población de 741.4 millones de personas, posee un clima templado y lleva un control de natalidad elevado además existe gran variedad de idiomas como

ruso, inglés, francés, alemán, español y portugués. La Unión Europea constituye el mayor bloque comercial del mundo y el 1 de enero del 2017 se llevó a cabo el acuerdo entre Ecuador y la UE. (PROECUADOR, 2020)

De acuerdo con Proecuador (2020) el consumidor europeo posee exigencias alimentarias y medioambientales muy elevadas, por ello en 2019 Ecuador exportó USD 5638 millones. La Unión Europea comparte muchos rasgos característicos en cuanto a tendencias de consumo, por ello se puede identificar que el consumidor español prefiere productos orgánicos, con ingredientes beneficiosos para la salud, toma muy en cuenta la sostenibilidad y trazabilidad del producto, es decir, que al consumidor español le importa el medioambiente, la contaminación, manejo de residuos, por ello toma en cuenta los procesos que se realizan para obtener el producto que van a consumir desde su cosecha hasta llegar a destino.

Adicionalmente, el consumidor español prefiere los alimentos listos para consumir, pre-cocidos, debido a la falta de tiempo para preparar sus alimentos. El producto líder del Ecuador es el banano y plátano, aunque también son requeridas las frutas no tradicionales. (PROECUADOR, 2020)

### **Barreras arancelarias**

El 11 de noviembre de 2016 el gobierno ecuatoriano firmó el Protocolo de Adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, dicho acuerdo entró en vigor el 1 de enero del 2017 cuyo objetivo es disminuir los aranceles y contrarrestar las barreras no arancelarias, por ello gracias a este acuerdo el Ecuador tiene más oportunidades en el mercado europeo ya que los productos entran con desgravamen del 100% de aranceles fortaleciendo la producción nacional y las relaciones comerciales Ecuador – UE, además de que contribuirá a un



incremento del PIB, incrementará la generación de empleo y mejorará las condiciones de vida de los ciudadanos. (Villagómez, 2011)

El acuerdo comercial constituye un beneficio para ambas partes al incentivar el comercio y la producción, el intercambio de productos al importar y exportar, lo que mejorará las relaciones comerciales de Ecuador con Europa e incluso empezar nuevos negocios con los demás países.

Por otro lado, Ecuador está presente en el grupo de 211 países que se acogen al régimen de la Nación más favorecida (NMF) que de acuerdo con la OMC consiste en:

Los acuerdos o cláusulas que otorguen fácil acceso a los bienes de un determinado país, deben aplicarse automáticamente a todas las demás naciones en el sistema, permitiendo que todos los países se acojan directamente a este beneficio gozando de las concesiones que anteriormente han sido acordadas entre miembros oficiales de cada parte negociadora. (Organización Mundial del Comercio, s.f.)

La tarifa aplicada para este principio es del 8,80% de ad valorem

### **Barreras no arancelarias**

De acuerdo con el International Trade Center (2020) los requisitos reglamentarios necesarios para un producto exportado de Ecuador a España son los siguientes:

- **Restricciones geográficas de elegibilidad:** Esta medida se adopta como protección a la falta de seguridad sanitaria o fitosanitaria de un producto que va a ser importado, este se aplica hasta el momento en que el país demuestra la documentación sanitaria o fitosanitaria necesaria que asegure que la mercancía no presenta ningún riesgo.

- **Enfoque de sistemas:** Normas y disposiciones generales de higiene para la producción primaria y demás etapas como transporte, distribución, etc.
- **Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios para la importación de determinados productos:** Establece las normas y procedimientos con las que se aplican sustancias a los productos fitosanitarios las cuales deben estar incluidas en la lista de la Unión Europea para ser importados, como, por ejemplo, los residuos de plaguicidas que pueden estar presentes en productos.
- **Límites de tolerancia para residuos o contaminación por determinadas sustancias no microbiológicas:** Se refiere a un límite máximo de residuos o sustancias empleadas como fertilizantes, plaguicidas o productos químicos empleados en la producción del bien y puedan perjudicar la salud.
- **Prácticas higiénicas durante la producción:** Son requisitos que brindan orientación sobre el control de limpieza que debe tener la cadena alimentaria desde el primer paso de producción hasta el consumo final para garantizar buenas prácticas de higiene durante todo el proceso, manipulación, distribución, venta.
- **Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto:** Es una medida adoptada como restricción a la presencia de determinadas sustancias contaminantes que pueden estar presentes en los alimentos como resultado de las etapas de producción y

comercialización o debido a la contaminación ambiental con el fin de prevenir riesgos para la seguridad alimentaria.

- **Requisitos de etiquetado:** Los alimentos que se comercializan en la UE deben estar etiquetados correctamente para facilitar su trazabilidad, respaldándose en la respectiva documentación sobre el producto. Para la mora, al ser una fruta exótica debe cumplir con disposiciones específicas para productos alimenticios para lo cual las empresas que deseen comercializar con la UE deben presentar una solicitud al organismo competente de un Estado miembro a fin de que se realice una evaluación de riesgos.

Hay dos tipos de disposiciones de etiquetado que se aplican a los productos alimenticios:

- ✓ **Normas generales sobre etiquetado de alimentos:**  
Nombre del alimento; lista de ingredientes; cantidad neta; fecha de durabilidad mínima; condiciones de almacenamiento o condiciones de uso; país de origen o lugar de procedencia; instrucciones de uso; grado alcohólico; lote; información nutricional.
- ✓ **Disposiciones específicas para determinados grupos de productos:** Etiquetado de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos, etiquetado de productos alimenticios para fines nutricionales particulares, etiquetado de aditivos alimentarios y aromas, etiquetado de materiales

destinados a entrar en contacto con alimentos,  
etiquetado de productos alimenticios específicos.

- **Requisitos de empaque:** El empaque debe contener materiales que no transfieran sus componentes a los alimentos en cantidades que pongan en peligro la salud humana, modificar la composición del alimento, o deteriorar el olor y sabor.
- **Requisito de rendimiento o calidad del producto:** Para ingresar en la Unión Europea los productos deben cumplir con ciertos términos de rendimiento o calidad como la durabilidad, componentes, ingredientes, ya que deben enfrentarse a diferentes temperaturas o situaciones.
- **Criterios microbiológicos del producto final:** El Reglamento (CE) nº 2073/2005 establece requisitos generales de seguridad alimentaria, en virtud de los cuales no se pueden comercializar productos que contengan niveles elevados de microorganismos ya que ponen en peligro la salud humana.
- **Procesamiento de alimentos y piensos:** Disposiciones generales de higiene para la producción primaria y requisitos detallados para todas las etapas de producción, procesamiento y distribución de alimentos con el fin de garantizar el más alto nivel de protección de la vida.
- **Requisito de certificación:** Si la mercancía se ajusta a las normas de comercialización, los organismos de control emiten un certificado de conformidad que debe presentarse en el punto de importación para su despacho a circulación.

- **Requisito de inspección:** Las frutas y hortalizas destinadas a la venta frescas al consumidor solo pueden comercializarse si son sanos, justos y de calidad comercial y si se indica el país de origen.
- **Requisitos de trazabilidad:** La legislación de la UE define la trazabilidad como la capacidad de rastrear y seguir cualquier alimento, pienso, animal productor de alimentos o sustancia que se utilizará para el consumo.
- **Origen de materiales y piezas:** Los nuevos alimentos (es decir, alimentos e ingredientes alimentarios que no se han utilizado para el consumo humano en un grado significativo en la UE antes del 15 de mayo de 1997) también deben someterse a una evaluación de seguridad antes de ser comercializados en la UE. Las empresas que deseen comercializar un nuevo alimento en la UE deben presentar su solicitud al organismo competente de un Estado miembro a efectos de evaluación de riesgos que se realizará mediante una autorización. La autorización define el alcance de la autorización, las condiciones de uso, la designación del alimento o ingrediente alimentario, su especificación y los requisitos específicos de etiquetado.
- **Historial de procesamiento:** El Reglamento (CE) n. ° 852/2004 establece los principios que deben cumplir los productos alimenticios, en el caso de la mora es vital que se mantenga a la temperatura adecuada, buenas prácticas de

higiene, criterios microbiológicos, la distribución y ubicación de productos después de la entrega, entre otros.

- **Requisito de marcado:** El requisito de marcado se refiere al país de origen.
- **Procedimientos para el trámite de licencias de importación no automáticas distintas de las autorizaciones contempladas en los capítulos MSF (medidas sanitarias y fitosanitarias) y OTC (obstáculos técnicos al comercio):** Para comprobar que los bienes se han obtenido de acuerdo con normas de producción equivalentes a las establecidas en la Comunidad, la Comisión Europea realiza una investigación exhaustiva de los acuerdos en el país en cuestión, examinando no solo los requisitos impuestos a la producción sino también las medidas aplicadas para asegurar un control efectivo. Cuando se considere que las normas son equivalentes, el tercer país se incluye en la lista de países autorizados establecida en el anexo III del Reglamento (CE) nº 1235/2008 de la Comisión.
- **Licencias para la protección de la salud pública:** Son disposiciones especiales para alimentos genéticamente modificados para lo cual se debe presentar una solicitud de autorización que es válida en toda la UE para la comercialización de alimentos que contienen, consisten o derivan de organismos genéticamente modificados (OGM).

### **Trámites y tributos aduaneros**

Son necesarios los siguientes documentos para entrar a territorio español con exoneración de tributos:

- Certificado de origen
- Certificado de calidad
- Registro sanitario
- Certificado fitosanitario

### **Acceso al mercado Norte Americano**

#### **Perfil consumidor estadounidense**

Los consumidores de Estados Unidos destinan menos del 15% de su presupuesto anual (cerca de USD 6.500 en promedio) a la compra de alimentos, los hábitos de consumo se presentan dos tendencias predominantes: mayor demanda de alimentos de conveniencia y el consumo de alimentos saludables. (Legiscomex.com, 2013)

El consumidor estadounidense principalmente se caracteriza por buscar alimentos que sean obtenidos de manera natural ya que con ello obtendrán beneficios para la salud; el nicho mercado comprendido entre 15 y 30 años busca probar nuevos productos de origen agrícola siempre y cuando sean denominados orgánicos.

#### **Barreras arancelarias**

Ecuador forma parte de los 234 países los cuales son beneficiarios del régimen arancelario nación más favorecida (NMF)

El principio de la nación más favorecida (NMF) busca principalmente brindar a un determinado país una ventaja especial mediante la reducción total o parcial de los diferentes aranceles aplicados.

Es por ello que la sub partida 081020 ingresa a Estados Unidos con un porcentaje de arancel del 0%

### **Barreras no arancelarias**

Las barreras no arancelarias se pueden definir como todos aquellos requerimientos impuestos por un determinado país con el fin de preservar la integridad de su nación.

Para la sub partida 081020, Estados Unidos establece varios requisitos entre ellos:

- **Libre de partes de plantas no autorizadas:** libre de cualquier tipo de planta que está prohibida para la importación.
- **Permiso de importación para plantas y productos vegetales:** mediante la solicitud PPQ-587 la cual se encuentra disponible en la página del Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (USDA)
- **Inspección y control:** una vez llegada la mercancía al puerto de destino se verifica que este en perfectas condiciones.
- **Empacado:** únicamente se aceptará fruto de centros de producción registrados en AGROCALIDAD.
- **Disposiciones sanitarias y fitosanitarias:** Certificación fitosanitaria emitida por AGROCALIDAD, en el cual debe especificar que está libre de mosca y plagas.

### **Trámites y tributos aduaneros**

- Certificado de origen
- Registro sanitario
- Certificado fitosanitario
- Solicitud de ingreso a Estados Unidos



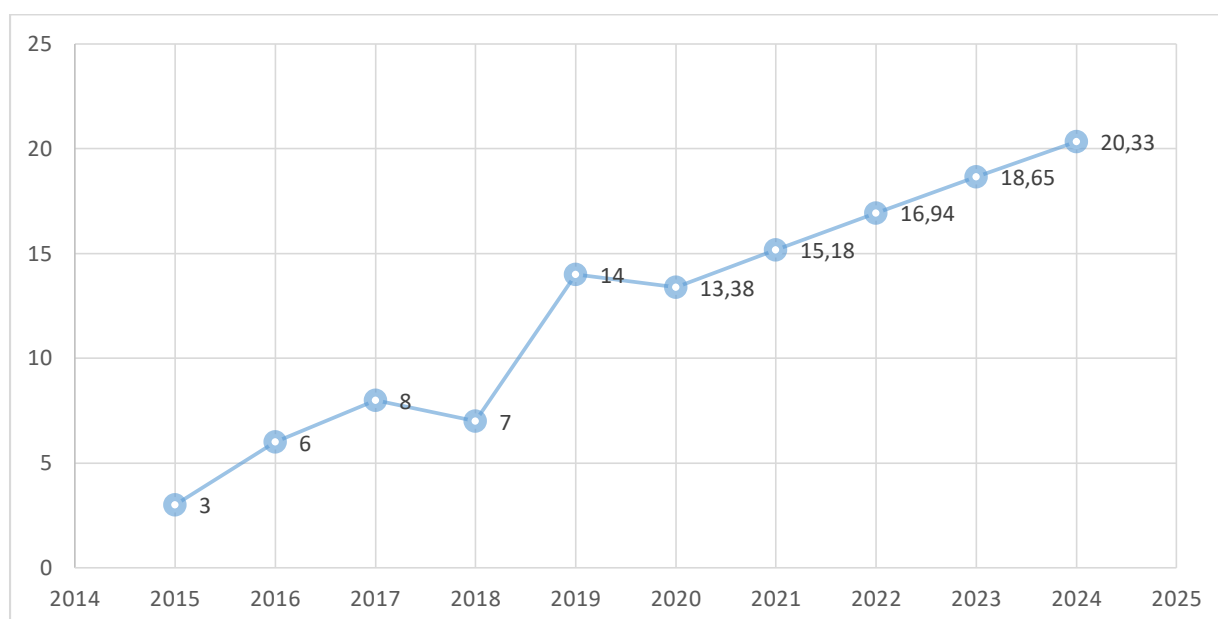
## Análisis de mercado

### Análisis de la oferta

Se realizó una proyección a estados Unidos y España, obteniendo los siguientes resultados

#### Figura 19.

##### Proyección hacia España

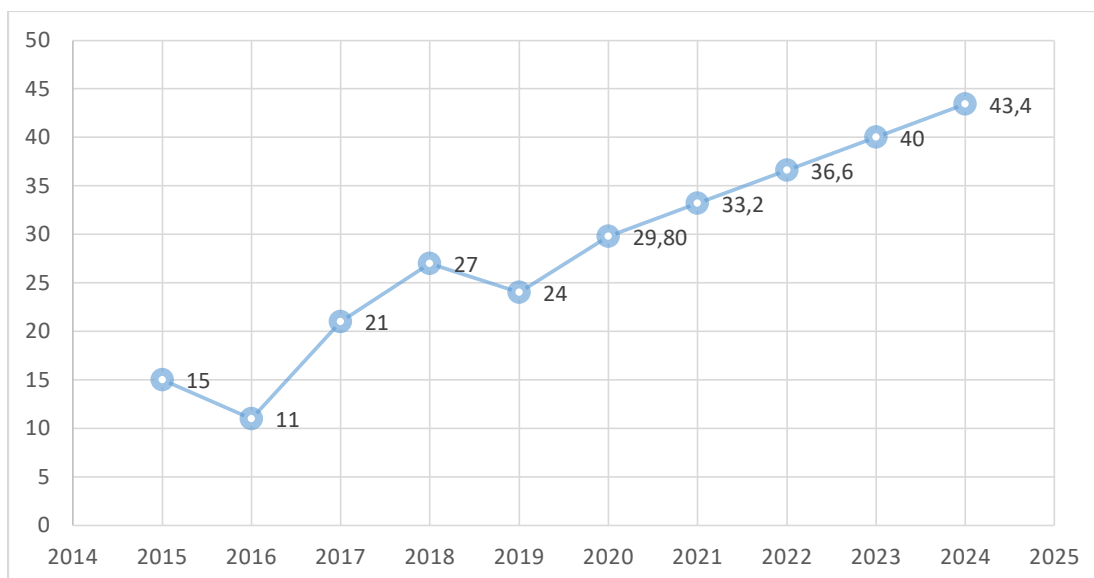


Nota. (Trade Map, 2021)

Como se puede observar en la figura 19, la oferta exportable incrementa de manera leve, la exportación de mora de castilla proporciona múltiples beneficios a la economía ecuatoriana, para el año 2025 se estima el país llegue a ofertar un aproximado de 20 toneladas a España.

#### Figura 20.

##### Proyección hacia Estados Unidos



*Nota.* (Trade Map, 2021)

Como se puede observar en la figura 20, la oferta exportable incrementa año a año, por lo que la exportación de mora de castilla proporciona múltiples beneficios a la economía ecuatoriana, para el año 2025 se estima el país llegue a ofertar un aproximado de 43 toneladas a Estados Unidos.

A continuación, se realizó un análisis comparativo entre estos dos países, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 14.**

*Cuadro comparativo entre Estados Unidos y España*

País/Criterios	Estados Unidos	España

Perfil consumidor	<p>El consumidor estadounidense ha cambiado sus hábitos de consumo, busca principalmente productos que brinden aportes a su salud y a su vez sean obtenidos de una manera amigable con el ambiente es por ello que la importación de productos alimenticios que cuenten con certificación orgánica va en aumento.</p>	<p>El consumidor español se basa en una alimentación sana, el consumo de frutas y sus derivados es bastante frecuente, prefiere productos orgánicos y toma muy en cuenta la sostenibilidad y trazabilidad de los productos a consumir.</p>
Barreras arancelarias	<p>Debido al arancel de la nación más favorecida, la importación de mora de castilla originaria de Ecuador ingresa con un arancel del 0%</p>	<p>De acuerdo al principio de la nación más favorecida, Ecuador paga un impuesto del 8,80%; sin embargo, desde el año 2017 con la firma del TLC CAN-UE, se da una</p>

---

preferencia arancelaria  
del 0%

---

**Barreras no  
arancelarias**

- Se requiere una solicitud, de ingreso de plantas y productos vegetales, PPQ-587 emitida por Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (USDA)
  - Una vez llegada la mercancía al puerto de destino se verifica que este en perfectas condiciones, es
  - Requisitos de empaque
  - Requisitos de embalaje
  - Requisitos de envase
  - Requisitos de etiquetado
  - Control contaminante de alimentos
  - Control sanitario de alimentos de procedencia no animal
-

---

decir no

presente

descomposición

- Certificación

fitosanitaria

emitida por

AGROCALIDAD,

en el cual debe

especificar que

está libre de

mosca y plagas.

- Las

empacadoras

reconocidas

únicamente por

AGROCALIDAD

- Libre de

cualquier tipo de

planta que está

prohibida para la

importación.

---

	2015: 1	2015: 3
	2016: 11	2016: 6
<b>Cantidad en</b>	2017: 21	2017: 8
<b>toneladas exportada</b>	2018: 27	2018: 7
<b>2015-2019</b>	2019: 24	2019: 14
	2020: 29,80	2020: 13,38
	2021: 33,20	2021: 15.18
<b>Proyección oferta</b>	2022: 36,6	2022: 16,94
<b>exportable</b>	2023: 40	2023: 18,65
<b>(Toneladas) año</b>	2024: 43,3	2024: 20,33
<b>2020-2024</b>		

Posterior al análisis realizado se puede establecer que el mercado más adecuado es el estadounidense debido a las diferentes características que muestra el consumidor entre ellas el consumo de alimentos naturales y saludables como lo es la mora que posee numerosas características beneficiosas para la salud y que sean denominados orgánicos; además goza del principio de la nación más favorecida y por ende tiene un arancel del 0%.

Después de realizar las proyecciones correspondientes a los años 2020-2024 se determina que el crecimiento año a año es gradual por lo que con el apoyo del gobierno ecuatoriano y la unión de productores se puede llegar a cumplir con la cantidad proyectada, de igual forma una vez estudiado el año 2019 en cuanto a exportación de mora, se puede identificar que Estados Unidos tuvo una gran acogida del producto, por esto, es importante continuar con la relación comercial Ecuador-EEUU

## CAPÍTULO V

### Resultados

#### Estrategias de mejora de la cadena de valor

##### **BanEcuador**

Es una entidad pública que estimula la producción, la inclusión, la asociatividad y la mejora de la calidad de vida de los micro, pequeños y medianos empresarios principalmente de agronegocios, con productos financieros innovadores, eficientes y sostenibles. (BanEcuador, 2020)

Es una institución comprometida con la ciudadanía, especialmente con el sector agropecuario rural y urbano marginal, por lo que ofrece préstamos o financiamiento para quienes se dedican a trabajar y cultivar la tierra, producción agropecuaria, comercialización de cosechas, pequeñas y medianas empresas y emprendimientos. (BanEcuador, 2020)

BanEcuador (2020) ofrece créditos a microempresas, para personas naturales o jurídicas con un nivel de ventas anuales inferior o igual a USD 100.000:

#### **Figura 21.**

### Beneficios BANEQUADOR



Nota. Adaptado de banecuador, por (BanEcuador, 2020)

La finalidad de esta institución es impulsar el desarrollo de los sectores agrícolas, en especial a los más vulnerables para de esa forma mejorar la producción en cantidad, calidad, así como las condiciones de vida de quienes se dedican a estas actividades. El Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020) ofrece programas y servicios como:

- **Proyecto Agroseguro:** Es un seguro destinado a pequeños y medianos productores que se dedican al sector agrícola y ganadero, el cual cubre los daños ocasionados a las plantaciones, pesqueras, etc. Este proyecto también ofrece capacitaciones anuales a pequeños y medianos productores, ya sea de forma virtual o presencial, acerca de temas relevantes para la contratación de un seguro y cómo acceder al mismo. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)
- **Proyecto Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola (PITPPA):** Este



proyecto tiene como finalidad incrementar la producción agrícola de pequeños y medianos productores, así como mejorar los sistemas de manejo de desechos. Las personas que pueden acceder a este proyecto corresponden a todas las provincias del Ecuador, enfocándose principalmente en pequeños productores, es decir, que poseen de 0 a 10 hectáreas. Además, busca mejorar la tecnología empleada en la producción, así como los métodos usados, de igual forma, se brinda asistencia técnica y capacitación en los sistemas de manejo de cosecha y pos cosecha.

## **PROECUADOR**

Es parte del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, cuyo objetivo es promover las ventas al exterior y las inversiones, para de esta forma elevar la producción ofrecida al exterior y buscar nuevos mercados para los productos ecuatorianos. PROECUADOR también participa activamente en ferias internacionales, ruedas de negocios, y otros eventos internacionales para atraer inversores y mejorar las relaciones de negocios de Ecuador con el mundo. (PROECUADOR, 2020)

Esta institución ofrece un calendario de capacitaciones disponible en su página web para dar a conocer los pasos que se deben seguir para exportar, así como las normas que se deben cumplir, además de información acerca de negocios y oportunidades de mercado en el exterior.

## **INIAP**

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias es una entidad ecuatoriana, cuyos objetivos son: promover la investigación científica, la

innovación, y difusión de tecnologías en el sector agropecuario forestal, el INIAP se ha propuesto objetivos enfocados a la mejora del sector agropecuario como investigación, desarrollo, explotación, con el fin de promover la producción agropecuaria, así como la calidad de los productos obtenidos. (INIAP, 2020)

El INIAP ofrece talleres, cursos de capacitación, seminarios, días de campo, simposios, ferias tecnológicas, participación con stand, rendición de cuentas, congresos, cursos de capacitación, que son ofertados para preparar a los productores con su trabajo. (INIAP, 2020)

### **Propuesta**

Una vez analizada la partida 081020 a la que pertenece la mora de castilla, se puede deducir que esta es una fruta con un gran potencial exportable, ya que gracias a las condiciones climáticas y ubicación geográfica del Ecuador se consigue un fruto grande, de buen sabor y gran calidad, apetecido por el mercado extranjero. Sin embargo, el sector agrícola necesita soporte y protección del gobierno ecuatoriano, ya que al investigar distintas instituciones relacionadas con el sector no se encontraron servicios dirigidos a la ciudadanía con el fin de enseñar o mejorar sus técnicas de cultivo, de ahí que es fundamental que se realicen programas que orienten a los productores en sus actividades diarias. El Ecuador es un país netamente agrícola, por lo que es importante aportar a este sector con tecnología, capacitaciones y financiamiento, para aprovechar al máximo el potencial de la tierra; varias instituciones financieras brindan créditos para que puedan desarrollar de mejor manera sus actividades sin embargo la falta de conocimiento impide que accedan a los mismos para obtener maquinaria u otras herramientas necesarias.

El comercio justo en el Ecuador es un término poco conocido, por ello no ha tenido mayor importancia en los últimos años, después de la investigación se ha identificado que no existen asociaciones de comercio justo que se dediquen a la producción de mora de castilla lo cual pone en desventaja a los productores, con la aparición de intermediarios, ya que no pueden ofertar su producto por no cumplir la cantidad de toneladas requeridas. El comercio justo además brinda la oportunidad de controlar el precio del producto por parte de los agricultores ya que como defiende el principio del pago justo por el producto adquirido, se asegura el bienestar económico de pequeños productores. No se puede dejar de lado el hecho de que países desarrollados como Estados Unidos y España, valoran los productos pertenecientes al comercio justo puesto que cumplen sus expectativas al ser productos orgánicos y de gran calidad que además aseguran un trabajo y pago justo.

Es importante el apoyo de entidades gubernamentales tanto a agricultores como al fomento del desarrollo del comercio justo ya que se ha evidenciado que no existe suficiente interés en pequeños productores que quieren progresar con sus cosechas, es decir, poder llegar a exportar; para lo cual el gobierno no debe centrarse en una sola provincia como es el caso de Tungurahua que al ser la que más produce, recibe toda la atención de ministerios, dejando de lado a las demás provincias donde la agricultura es la principal actividad económica. Al Ecuador le hace falta aportar más desarrollo y evolución tecnológica para explotar el potencial agrícola que posee.

La cadena de valor de la mora de castilla no se encuentra bien definida puesto que hay deficiencias dentro de las actividades tanto primarias como de soporte, como es el ejemplo del sistema de control de inventarios al

cual deben darle suma importancia debido a que se necesita de una buena planificación para cumplir con las cantidades demandadas para su posterior comercio. De igual forma la planificación es importante a la hora de controlar la cantidad gastada en fertilizantes, abonos, pesticidas, para llevar un mayor control de los gastos en lo que se incurre para el correcto establecimiento de precios.

El Ecuador al exportar este tipo de productos cuenta con beneficios en las economías extranjeras como en el caso ESPAÑA – EEUU en el que se puede identificar que el producto es muy acogido y los diferentes acuerdos suscritos por autoridades dan prioridad a este producto por cumplir con ciertos requisitos de calidad.

La propuesta planteada se basa en 3 ejes principales:

1. La creación de asociaciones de comercio justo para la producción de mora de castilla, con el apoyo del gobierno ecuatoriano y las entidades relacionadas con la agricultura en conjunto con pequeños productores

Para los pequeños productores que han dedicado su vida a la agricultura es importante la obtención de ganancias puesto que esta es su principal actividad económica, es por ello que debe haber unión y fuerza entre los productores para la creación de asociaciones y de esta forma llamar la atención de entidades y organizaciones con el objetivo de obtener financiamiento, inversión, incentivos o apoyo; de igual forma al conformar una asociación se logra reducir costos ya que se adquieren grandes cantidades además de que al contar con apoyo gubernamental se puede acceder a productos de calidad a un mejor precio. Un punto fundamental

dentro de este aspecto es que al agruparse los pequeños productores se logrará aumentar la productividad abriéndose así oportunidades de exportación maximizando beneficios y mejorar las relaciones comerciales exteriores.

El aporte del comercio justo en el comercio exterior aún es bajo pero tiene un gran futuro, por lo que se considera importante el soporte del estado ecuatoriano, así como de otras asociaciones ya existentes para que guíen correctamente a quienes desean entrar al camino de los negocios internacionales como es el caso de pequeños productores que en muchos, si no es en todos los casos, desconocen de los procesos, trámites y demás aspectos que rigen el comercio exterior, e incluso a veces por el miedo que pueden llegar a tener de no recibir un pago por el producto comercializado. Existen gobiernos cantonales o provinciales los cuales deben mostrar igualmente su apoyo a la agricultura promoviendo la formación de asociaciones de comercio justo y brindando incentivos como lo es el poder de fijación de precios, acceso al mercado exterior y principalmente lo que busca el comercio justo es mejorar la calidad de vida de pequeños productores.

## 2. Implementación de políticas que apoyen al sector agrícola y que estén al alcance de los pequeños productores

Es fundamental que las políticas diseñadas por el gobierno en conjunto con el MAGAP estén al alcance de los principales actores involucrados para así incentivar a mantener su actividad. Se ha identificado que las políticas existentes únicamente están enfocadas en los productos de exportación tradicional tales como: banano, cacao, camarón, entre otros; Por

ello este sector no cuenta con la atención necesaria para su inmediata expansión.

Adicionalmente se debe promover por parte de instituciones gubernamentales tales como: PROECUADOR, AGROCALIDAD, INIAP, BANECUADOR, entre otros; la socialización de proyectos en apoyo al crecimiento de las exportaciones de productos no tradicionales al que pertenece la mora de castilla.

3. Promover el financiamiento de entidades bancarias, con el fin de adquirir tecnología.

Conseguir que los pequeños productores de mora de castilla se informen de los diferentes créditos ofertados por instituciones financieras, con el fin de acceder a ellos para la adquisición de maquinaria especializada en cultivo y cosecha, reduciendo el tiempo de obtención del producto, así como también dándole mayor valor agregado requerido en el mercado internacional.

De esta manera la tecnología se convierte en una herramienta de gestión de la cadena de valor, contribuyendo al desarrollo de las exportaciones de los productos no tradicionales.

## Conclusiones

- De acuerdo con la investigación realizada sobre la mora de castilla, se concluye que esta fruta perteneciente a los productos no tradicionales de exportación, tiene un gran potencial debido a sus características, además se ha identificado que este producto no aporta con un alto porcentaje dentro de las exportaciones ecuatorianas, sin embargo, el sector va creciendo en pequeñas cantidades gracias al esfuerzo y trabajo de los pequeños productores. La producción de este fruto es deficiente debido al poco interés mostrado por el estado en este sector que constituye la principal actividad económica de varias provincias de la sierra.
- Una vez realizado el análisis comparativo entre los principales destinos de la exportación de mora de castilla, Estados Unidos y España, se concluye que el mercado más adecuado es el estadounidense debido a que el consumidor muestra preferencia por productos orgánicos, además de fijar un arancel del 0% para la mora. En el año 2019 se registró que Estados Unidos fue el principal socio comercial de Ecuador en cuanto a la mora y analizando las proyecciones realizadas se obtuvo que para el período 2020-2024 la oferta irá en aumento beneficiando a los productores ecuatorianos.
- La falta de interés por parte de entidades gubernamentales y organismos financieros provoca que este sector no alcance su capacidad máxima de producción, por ello se propone que las entidades ya mencionadas orienten y apoyen la agricultura, así como la creación de asociaciones puesto que es el único camino para lograr una reducción de costos de producción y alcanzar la cantidad

deseada de exportación. De igual forma es vital el apoyo de organizaciones bancarias e inversiones ya sean internas o externas, para la mejora de implementos agrícolas, adquisición de terrenos, perfeccionar la mano de obra; procesos que forman parte de la cadena de valor que constituye una herramienta fundamental en la labor de los pequeños productores.



## Recomendaciones

- Al sector agricultor se recomienda aprovechar la información expuesta en la página web de PROECUADOR la cual promueve de distintas formas la exportación, como es el caso de la Ruta del exportador misma que ofrece asesoría y asistencia para quienes están dispuestos a tomar el riesgo de exportar, también cuenta con servicios al exportador y capacitaciones especializadas en guiar a los pequeños productores. Es por esto que la información y apoyo debe ser aprovechada al máximo por agricultores ya que muchas son gratuitas, de esta forma se logrará incentivar la producción agrícola y mejorar la calidad de vida de pequeños productores.
- Se recomienda la creación de asociaciones de comercio justo para de esa forma poder contar con la cantidad de toneladas requeridas para abastecer al mercado estadounidense, de igual manera dichas asociaciones aportaran al desarrollo de los pequeños productores, eliminando a los intermediarios y mejorando la economía de este sector.
- Dentro de las exportaciones no petroleras no tradicionales la mora de castilla es una fruta de poca participación es por ello es de vital importancia la creación de políticas que impulsen el sector agrícola, ya que con ello se incentivara al productor.

## Bibliografía

- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/frutas/mora>  
(13 de Julio de 2011).
- Acevedo, N. M., Jiménez, L. M., & Rojas, M. (2016). Medición de la competitividad para Brasil, Chile, Colombia y México. *Revista Espacios*, 8.
- AGROBOX. (24 de Febrero de 2021). Obtenido de <https://agrobox.agrocalidad.gob.ec/agrobox/data/public/4cbc14--es>
- AGROCALIDAD. (s.f.). *AGROCALIDAD*. Obtenido de AGROCALIDAD: <https://www.agrocalidad.gob.ec/?p=38630>
- Amaguaña, F. (2019). *Repositorio Universidad Estatal de Bolívar*. Obtenido de <http://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/3080/1/TESIS%20DAVID%20AMAGUA%C3%91A%20YUNDA.pdf>
- Andrade, F. (2008). Comercio justo o economía solidaria. *AFESE*, 103-118.
- Arcentales, V., & Cepeda, K. (2018). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2568/1/T-ULVR-2364.pdf>
- Arias, A. S. (20 de Octubre de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/excedente-del-productor.html>
- Ayala De la Cueva, K. D. (13 de Septiembre de 2011). *Escuela Politécnica Nacional*. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/7757/1/CD-3853.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (12 de Diciembre de 2019). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201912.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (3 de Julio de 2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- BanEcuador. (19 de Febrero de 2020 ). *BanEcuador*. Obtenido de BanEcuador: <https://www.banecuador.fin.ec/productos-ciudadanos/credito-micro/>
- BanEcuador. (19 de Febrero de 2020). *BanEcuador*. Obtenido de BanEcuador: <https://www.banecuador.fin.ec/historia-banecuador/mision-y-vision/>

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120. Obtenido de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/014920639101700108>
- Barrera, V., Alwang, J., Andrango, G., Domínguez, J., Escudero, L., Martínez, A., . . . Arévalo, J. (2017). *La Cadena de Valor de la Mora y sus Impactos en la Región Andina del Ecuador*. Quito, Ecuador: ARCOIRIS Producciones Gráficas.
- Benavides, C., Reinoso, M., & Estevez, E. (2017). La influencia de los productos petroleros y no petroleros en la balanza comercial del Ecuador. Período 2014-2016. *Publicando*, 379-397.
- Biblioguías CEPAL. (8 de Julio de 2020). *Biblioguías CEPAL*. Obtenido de Biblioguías CEPAL: <https://biblioguias.cepal.org/comerciojusto>
- Bonnet, J. (1994). Programa de frutas tropicales ICA-CORPOICA. *Produmedios*, 211-218.
- Buitrago Ortiz, K. M., & Pinzón López, H. M. (30 de Mayo de 2017). *Repositorio Universidad de Cundinamarca*. Obtenido de <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/531/CARACTERIZACION%20DE%20LA%20CADENA%20DE%20VALOR%20DE%20LA%20MORA%20DE%20CASTILLA%20EN%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calvente, A. (Junio de 2007). *Cloud front*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51722288/Concepto\\_Moderno\\_de\\_Sustentabilidad.pdf?1486675473=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl\\_concepto\\_moderno\\_de\\_sustentabilidad.pdf&Expires=1608049296&Signature=QtSu0ptrBjTKETkY60gNJaxBKe7IUxmclz](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51722288/Concepto_Moderno_de_Sustentabilidad.pdf?1486675473=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_concepto_moderno_de_sustentabilidad.pdf&Expires=1608049296&Signature=QtSu0ptrBjTKETkY60gNJaxBKe7IUxmclz)
- Cárdenas Castillo, Y. Y. (2013). *Repositorio digital Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1005/1/T-UCE-0004-7.pdf>
- Casaca, Á. (2005). Guías tecnológicas de frutas y vegetales. *PROMOSTA, San José, Costa Rica*, 3-10.
- Casaca, Á. D. (s.f.). *Infoagro*. Alajuela, Costa Rica. Obtenido de Infoagro: [https://www.infoagro.com/documentos/el\\_cultivo\\_mora\\_\\_parte\\_i\\_.asp](https://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_mora__parte_i_.asp)
- Chavarría, H., Rojas, P., & Sepúlveda, S. (2002). *Competitividad: cadenas agroalimentarias y territorios rurales*. San José, Costa Rica: IICA.
- COBUS GROUP. (2020). *COBUSGROUP*. Obtenido de COBUSGROUP: <https://www.cobusgroup.com/home>
- COMUNIDAD ANDINA . (FEBRERO de 22 de 2021). *COMUNIDAD ANDINA*. Obtenido de <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/dtrabajo/sgdt188.pdf>

- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador:  
[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Coordinadora de ONGD-España. (2006). *Coordinadora de organizaciones para el desarrollo*. Obtenido de Coordinadora de organizaciones para el desarrollo:  
[https://coordinadoraongd.org/old/904/original/monografico\\_comerciojusto.pdf](https://coordinadoraongd.org/old/904/original/monografico_comerciojusto.pdf)
- Coordinadora de ONGD-España. (25 de Septiembre de 2018). *Coordinadora de organizaciones para el desarrollo*. Madrid, España. Obtenido de Coordinadora de organizaciones para el desarrollo:  
<https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2018/09/Carta-Intern-Comercio-Justo.pdf>
- Cunalata, Y. (Julio de 2018). *Repositorio Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de  
<http://dspace.espe.edu.ec/handle/123456789/10432>
- Duarte, H., Villamar, M., Arcentales, V., & Cepeda, K. (2018). Plan de exportación de mora de castilla para la asociación de “Productores de mora Guantug Cruz hacia el mercado de Barcelona – España. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*,  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/exportacion-mora-castilla.html>.
- El Comercio. (31 de Diciembre de 2011). *El Comercio*. Obtenido de  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cuatro-tipos-de-moras-pais.html>
- El Comercio. (9 de Mayo de 2016). *El Comercio*. Obtenido de  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/banco-nacional-fomento-nombre-ecuador.html>
- El Comercio. (27 de Diciembre de 2019). *El Comercio*. Obtenido de  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-paro-banco-central.html>
- Fernandez, S. (26 de Julio de 2018). *Tiempo de actuar*. Obtenido de Tiempo de actuar: <https://tiempodeactuar.es/blog/que-es-el-comercio-justo/>
- Fiallo, J. (10 de Diciembre de 2017). *CORE*. Obtenido de  
<https://core.ac.uk/download/pdf/160259693.pdf>
- Flores, M., & Ullauri, X. (24 de Abril de 2019). *Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas*. Obtenido de  
<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/20342>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (12 de Octubre de 2015). *Internaional Plan Protection Convention*. Obtenido de Internaional Plan Protection Convention:

<https://www.ippc.int/en/countries/ecuador/reportingobligation/2015/10/agencia-ecuatoriana-de-aseguramiento-de-la-calidad-del-agro-agrocalidad/>

- Fossati, V., & Levit, L. (2010). El sistema global de preferencias comerciales entre países en desarrollo: Una oportunidad para el comercio exterior argentino. *Revista del CEI*, 62-63.
- Franco, G., & Giraldo, M. (1999). El cultivo de la mora. 1-3, 17-27, 32, 58, 69-70, 80-83.
- García Chang, A. (2010). El comercio justo: ¿Una alternativa de desarrollo local? *Scielo Analytics*, 105-140.
- García, M., & García, H. (2001). Manejo Cosecha y Postcosecha de mora, lulo y tomate de árbol. *Manual de CORPOICA*, 26-30, 33-40, 62-63, 72, 74.
- González, C., & Lozano, M. (01 de Noviembre de 2020). *Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia: <http://hdl.handle.net/20.500.12494/33114>
- Granja, M. A. (2 de Enero de 2018). *CORPEI*. Obtenido de <https://corpei.org/2019/01/02/frutas-exoticas-ecuatorianas-en-mercados-internacionales/>
- Grupo El Comercio. (20 de Octubre de 2012). Tungurahua cultiva mora orgánica. *El Comercio*, pág. 2.
- Herrera, M. M., & Orjuela, J. A. (2014). Perspectiva de trazabilidad en la cadena de suministros de frutas: un enfoque desde la dinámica de sistemas. *Ingeniería*, 63-84.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (1999). *Administración estratégica (3ra Edición)*. México: Editorial Internacional Thompson Editores, S.A. de C.V.
- IECOR. (s.f.). *IECOR*. Obtenido de IECOR: <https://www.iecor.com/definicion-de-sustentabilidad/>
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, E. (2000). III Censo Nacional Agropecuario. Quito, Ecuador. 255p.
- INIAP. (22 de Febrero de 2020). *INIAP*. Obtenido de INIAP: <https://www.iniap.gob.ec/pruebav3/programas-y-servicios2/>
- Kader, A. A. (2005). Increasing Food Availability by Reducing Postharvest Losses of Fresh Produce. *Acta Horti*. 682, 2169-2176.
- La Hora. (18 de Octubre de 2017). *La Hora*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102107870/productores-de-mora-interesados-en-promover-la-agricultura-organica>

- La Hora. (29 de Septiembre de 2018). *La Hora*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102189636/tungurahua-se-encamina-a-la-produccion-organica-de-mora>
- Leff, E. (2000). Tiempo de sustentabilidad. *Ambiente & Sociedad*, (6-7) 5-13.
- Legiscomex.com. (13 de Mayo de 2013). *Legiscomex.com*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/agroindustria-eeuu.pdf>
- Macedo, B. (2005). *Taller de sustentabilidad*. Obtenido de <http://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-EI-concepto-de-sustentabilidad.pdf>
- MAGAP. (16 de Julio de 2015). *Issuu*. Obtenido de [https://issuu.com/academiaculinaria/docs/manual\\_el\\_cultivo\\_de\\_la\\_mora](https://issuu.com/academiaculinaria/docs/manual_el_cultivo_de_la_mora)
- Market Access Map. (11 de Febrero de 2020). *International Trade Center*. Obtenido de International Trade Center: <https://www.macmap.org/about/methodology/ntm>
- Martínez, A., Beltrán, O., Velastegui, G., Ayala, G., Jácome, R., Yáñez, W., & Luciano, E. (2007). Manual del cultivo de la mora de castilla. *Convenio INIAP - UTA. Primera Edición*, 7-16.
- Mejía, C. A. (2010). *Documentos Planing*. Obtenido de Planing S.A: [http://www.planning.com.co/bd/mercadeo\\_eficaz/Julio2003.pdf](http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf)
- Mena Pruna, A. M. (Septiembre de 2012). *Repositorio Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4954/1/UPS-QT03458.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (19 de Febrero de 2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/innovacion-agricola/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (19 de Febrero de 2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <http://agroseguro.agricultura.gob.ec/index.php/servicios-productos/capacitaciones>
- Morales, F. C. (22 de Septiembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/intermediacion.html>
- Muñoz, D. (1984). *Naturaleza y estructura de los productos vegetales comestibles. Etapas de la vida de los frutos y hortalizas*. Madrid, España.

- Naranjo , P., Taco, C., & López, O. (2016). Cadenas integrales productivas para producción de mora. *Revista Ciencia UNEMI*, 21-29.
- Naranjo, P., Taco, C., & López, O. (2016). Cadenas integrales productivas para producción de mora. *UNEMI*, 21-29.
- Navas, C. (2014). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7004/1/tesis-009%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%20228.pdf>
- Oleas, L. (2003). Manejo integral de la mora de castilla . *Documento técnico del componente productivo del proyecto CORICAM III, Instituto de ecología y desarrollo de las comunidades campesinas*, 21-27.
- Olmedo, F., Olmedo, F., & Plazaola, N. (s.f.). Cadena de valor. *Estrategia Magazine* , 1-3.
- Orellana De la Rosa, T. A., & Carrasco Salazar, R. A. (2018). Análisis de los costos de producción de mora (rubus) y los ingresos en los pequeños agricultores del sector Jalubí, del Cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo . *Observatorio de la Economía Latinoamericana* , 2-4.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). Creación y gestión de modelos asociativos: Módulo 1 Cuadernos de Trabajo . *Lima: OIT/Ministerio de Comercio Exterior y Turismo* , 88.
- Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO. (s.f.). Obtenido de <http://www.wfto-la.org/comerciojusto/>
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/cbt\\_course\\_s/c1s6p1\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/cbt_course_s/c1s6p1_s.htm)
- Picha, D. (2004). Manejo post-cosecha y análisis de empacadora de productos frescos y recomendaciones para mejorar el diseño de la línea de empaque . *Cemonics International Inc.* , 47.
- Porter, M. (1986). *Ventaja competitiva*. Editorial C.E.C.S.A. México.
- Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 73-91.
- Porter, M. E. (2004). *Competitive Estrategy*. New York, Estados Unidos: Simon&Schuster Ltd.
- PROEcuador. (15 de Septiembre de 2020). *PROEcuador*. Obtenido de PROEcuador: <https://www.proecuador.gob.ec/estudio-perfil-del-consumidor-europeo/>
- PROEcuador. (19 de Febrero de 2020). *PROEcuador*. Obtenido de PROEcuador: <https://www.proecuador.gob.ec/>

- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 377-389.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, vol. 8, 377-389.
- RIMISP. (19 de Febrero de 2020). *RIMISP*. Obtenido de RIMISP: <https://antiguo.rimisp.org/socio/ministerio-de-agricultura-ganaderia-acuacultura-y-pesca/>
- Salazar, D., & Enríquez, J. (Noviembre de 2017). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26697>
- Salvador Giler, M. R. (Febrero de 2015). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7916>
- Sánchez Ami, D. O. (Febrero de 2020). *Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2961/1/77141.pdf>
- Sánchez Galán, J. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/prima.html>
- SENAE. (2017). *Arancel Nacional Resolución No 20*.
- SENAE. (5 de Enero de 2020). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/consulta-de-clasificacion-arancelaria/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Subgerencia de Programación y Regulación; Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera. (2019). *Ecuador y Acuerdos Comerciales*. Boletín Informativo, Banco Central del Ecuador, Finanzas, Quito.
- Suñol, S. (2006). Aspectos Teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 179-198. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Tamayo, P. (2001). Principales enfermedades del tomate de árbol, la mora y el lulo en Colombia. *CORPOICA, Boletín técnico No. 12*, 16-25.
- Trade Map. (26 de Enero de 2021). Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c0810%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c0810%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1)



- Ucha, F. (Marzo de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/marginal.php>
- Vicepresidencia de la República del Ecuador. (11 de Noviembre de 2016). *Vicepresidencia de la República del Ecuador*. Obtenido de Vicepresidencia de la República del Ecuador: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-la-union-europea/#:~:text=Este%20viernes%2011%20de%20noviembre,Multipartes%20con%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea>.
- Villagómez, M. (2011). Acuerdo comercial multipartes Ecuador - Unión Europea. *AFESE*, 11-51.
- Wagner, J. A. (2004). *Comportamiento organizativo: consiguiendo la ventaja competitiva*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- WFTO. (2020). *World Fair Trade Organization Latin America*. Obtenido de wfto-la: <http://www.wfto-la.org/comerciojusto/>
- Yahía, E., & Higuera, I. (1992). *Fisiología y tecnología postcosecha de productos hortícolas*. Mexico, D.F: LIMUSA. Obtenido de <https://finanzascontabilidad.com/proceso-contable-empresa/>