



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

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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**AUTORES: RODRÍGUEZ ORTIZ, CRISTIAN JAVIER  
YÉPEZ MENA, GIANELLA LISSETTE**

**TEMA: “DISEÑO DE UN FIDEICOMISO DE EXPORTACIÓN PARA LOS  
PRODUCTORES DE TILAPIA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”**

**DIRECTORA: MSC. MONTERO, ALICIA  
CODIRECTOR: MSC. JÁTIVA, FERNANDO**

**QUITO, MARZO 2015**

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

**CERTIFICADO**

Msc. Alicia Montero.  
Msc. Fernando Játiva

**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “**DISEÑO DE UN FIDEICOMISO DE EXPORTACIÓN PARA LOS PRODUCTORES DE TILAPIA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS**”, realizado por Gianella Lisette Yépez Mena y Cristian Javier Rodríguez Ortiz, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato (PDF). Autorizan a los Sres. Gianella Lisette Yépez Mena y Cristian Javier Rodríguez Ortiz que lo entregue al Ingeniero Fabián Guayasamín en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, Marzo 2015

  
Msc. Alicia Montero.  
**DIRECTORA**

  
Msc. Fernando Játiva.  
**CODIRECTOR**

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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, Gianella Lissette Yépez Mena y  
Cristian Javier Rodríguez Ortiz

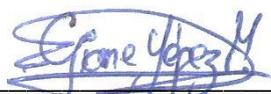
**DECLARAMOS QUE:**

El proyecto de grado denominado: **“DISEÑO DE UN FIDEICOMISO DE EXPORTACIÓN PARA LOS PRODUCTORES DE TILAPIA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva respetando derechos intelectuales de terceros conforme citas que constan al final del presente trabajo, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Marzo 2015



Gianella Lissette Yépez Mena



Cristian Javier Rodríguez Ortiz

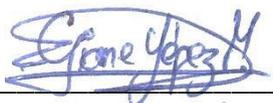
**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS (ESPE)  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

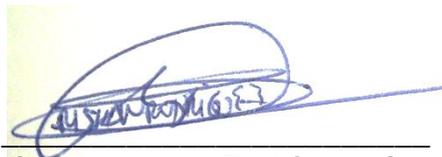
Nosotros, Gianella Lissette Yépez Mena  
Cristian Javier Rodríguez Ortiz

Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, la publicación en el repositorio digital de la institución del proyecto titulado: **“DISEÑO DE UN FIDEICOMISO DE EXPORTACIÓN PARA LOS PRODUCTORES DE TILAPIA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad y autoría.

Quito, Marzo 2015



Gianella Lissette Yépez Mena



Cristian Javier Rodríguez Ortiz

## DEDICATORIA

A mis padres José y Narciza, quienes con su esfuerzo, amor y dedicación han sabido inculcarme los más altos valores de honestidad y responsabilidad, ellos han sido mi apoyo incondicional durante esta larga trayectoria, siempre infundiendo en mí la perseverancia para alcanzar mis metas y objetivos.

A una persona muy especial, que ya no se encuentra conmigo, pero que desde el cielo me guía y sé que estará muy orgullosa, a ti abuelita Blanca te dedico este trabajo lleno de esfuerzo y sacrificio.

**Gianella.**

## DEDICATORIA

A mis padres, que gracias a todo su apoyo, consejos y dedicación me han permitido alcanzar una nueva etapa de mi vida logrando concluir y alcanzar mis metas y objetivos.

A mis hermanos que gracias a su apoyo incondicional me supieron dar las fuerzas necesarias para salir de cada problema.

A mis abuelitos Teodoro y Amelia que hoy se encuentran en el cielo, y mis abuelitos que todavía están conmigo Rosa y José gracias por todo, han sido un pilar fundamental en mi vida y formación

Por último agradezco a mis tres sobrinos David, Juan Carlos e Isabella que sus risas, travesuras y amor incondicional han hecho de mi vida un lugar más feliz.

**Cristian**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser quien me ilumina, ser mi apoyo y fortaleza, gracias a él no he me dado por vencida y he sabido levantarme y continuar con más fuerza.

A mis padres, por ser incondicionales en mi vida y estar en los buenos y malos momentos brindándome una palabra de aliento, recordándome que lo que se hace con honestidad y constancia, siempre tendrá sus frutos, gracias por su confianza, por su amor, gracias por todo lo que han hecho por mí para que pueda llegar a mi meta, por ustedes soy lo que soy.

Ing. Alicia e Ing. Fernando, gracias por todos sus conocimientos impartidos, tiempo dedicado y por confiar en nosotros.

A mis amig@s, ustedes son mi familia, gracias por sus consejos, por las risas y llantos, por estar en las buenas y malas brindándome su apoyo incondicional.

**Gianella.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios infinitamente por haberme guiado a través de este camino largo, por haberme dado paciencia y perseverancia para alcanzar cada obstáculo que se me presentó.

Agradezco a mis padres por su esfuerzo diario ya que sin ellos no hubiera llegado al lugar en donde hoy me encuentro, gracias por todo su apoyo, comprensión y entrega infinita.

A todos mis profesores que en el transcurso de mi vida estudiantil han sabido inculcar sus conocimientos, cada uno de ellos han aportado un granito de arena para mi formación profesional.

A mis amigos, familiares y cada una de las personas que supieron alentarme cuando más quería desfallecer, me dieron fuerzas para continuar adelante y nunca darme por vencido.

**Cristian**

## ÍNDICE

CERTIFICADO .....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE TILAPIA .....	1
1.1. Marco Teórico.....	1
1.1.1. Acuerdos Comerciales.....	2
1.1.2. Cadena productiva de la Tilapia .....	9
1.1.3. Asociatividad .....	13
1.1.4. Capital de Trabajo .....	16
1.1.5. Fideicomiso .....	17
1.2. Antecedentes de la producción de Tilapia .....	22
1.2.1. Biología de la especie.....	23
1.2.2. Clasificación Taxonómica .....	24
1.3. Cultivo de la Tilapia .....	25
1.3.1. Zonas de cultivo .....	27
1.3.2. Temporada de Cultivo .....	28
1.3.3. Infraestructura del cultivo.....	28
1.4. Sistema de producción.....	30
1.5. Sanidad .....	33
1.6. Cosecha .....	34
1.7. Superficie, Producción y Rendimiento.....	34
1.8. Información Nutricional de la Tilapia .....	34
1.9. Proceso de recepción del producto.....	36
CAPÍTULO 2.....	37
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	37
2.1. Formulación del Problema de la Investigación de Mercados .....	38
2.2. Sistematización de la Investigación de Mercados .....	38
2.3. Objetivo General de la Investigación de Mercados .....	39
2.4. Objetivos Específicos de la Investigación de Mercados .....	40
2.5. Hipótesis de la Investigación de Mercados .....	40
2.6. Descripción del sector.....	40

2.7.	Análisis actual del sector .....	41
2.8.	Asociatividad del sector acuícola producto tilapia.....	42
2.9.	Análisis de los mercados potenciales para la exportación de Tilapia.....	45
2.10.	Análisis Macro Ambiental de Ecuador .....	47
2.11.	Análisis del aspecto Macro Ambiental de Lituania .....	60
2.12.	Aspecto macroeconómico de Austria.....	72
2.13.	Aspecto Macroeconómico de Sudáfrica.....	83
2.14.	Matriz de decisión.....	95
2.15.	Estimación de Ventas .....	98
2.15.1.	Punto de Equilibrio .....	99
2.15.2.	Elasticidad .....	100
2.16.	Análisis Micro ambiental Fuerzas de Porter .....	101
2.17.	Ventaja competitiva .....	112
2.18.	Matriz estratégica FODA .....	114
2.19.	Fideicomiso De Exportación como herramienta de comercio exterior.....	116
2.20.	Estrategia Macro para la tilapia.....	118
CAPÍTULO 3.....		121
ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS A TRAVÉS DE UN FIDEICOMISO DE EXPORTACIÓN.....		121
3.1.	Negocios Fiduciarios .....	121
3.1.1.	Fideicomiso mercantil.....	121
3.1.2.	Encargo fiduciario.....	123
3.2.	Sujetos que intervienen en el Fideicomiso.....	123
3.2.1.	Constituyente .....	123
3.2.2.	Fiduciario.....	124
3.2.3.	Beneficiario.....	124
3.3.	El Contrato .....	124
3.3.1.	Formalidades de los Contratos de Constitución.....	125
3.3.2.	Cláusulas prohibidas en el Contrato de Constitución.....	126
3.3.3.	Contratos de Adhesión .....	127
3.3.4.	Inscripción de los Negocios Fiduciarios .....	127
3.4.	Rendición de Cuentas .....	130
3.5.	Remisión de información a la Superintendencia de Compañías .....	131
3.6.	Remuneración del Fiduciario .....	132
3.7.	Terminación del fideicomiso mercantil o encargo fiduciario .....	132
3.8.	Aplicación del encargo fiduciario al producto tilapia.....	132

3.9.	Objetivos del encargo fiduciario.....	143
3.10.	Presupuesto para el Encargo Fiduciario .....	149
CAPÍTULO 4.....		152
PLAN DE EXPORTACIÓN .....		152
4.1.	Requisitos y trámites generales para la exportación.....	152
4.1.1.	Requisitos para exportar productos originarios de la acuicultura y pesca .	158
4.2.	Documentos requeridos en el proceso de exportación .....	159
4.3.	INCOTERMS .....	163
4.4.	Marketing Mix .....	164
4.4.1.	Producto .....	164
4.4.1.1.	Empaque .....	166
4.4.1.2.	Etiquetado.....	167
4.4.2.	Precio .....	170
4.4.3.	Plaza .....	170
4.4.4.	Promoción .....	173
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		178
Conclusiones .....		178
Recomendaciones .....		179
BIBLIOGRAFÍA.....		1800

## Índice de Figuras

<i>Figura 1: Acuerdos Comerciales</i>	5
<i>Figura 2: Cadena Productiva Global de la Tilapia</i>	9
<i>Figura 3: Procesamiento de la Tilapia</i>	11
<i>Figura 4: Fideicomiso de Comercio Exterior</i>	18
<i>Figura 5: Cultivo de Tilapia</i>	26
<i>Figura 6: Zonas de Cultivo de Tilapia en Ecuador</i>	27
<i>Figura 7: Mallas Anti- pájaros</i>	30
<i>Figura 8: Producción de la Acuicultura en Ecuador</i>	33
<i>Figura 9: Información Nutricional de la Tilapia</i>	35
<i>Figura 10: Proceso de recepción de la tilapia</i>	36
<i>Figura 11: Ubicación Geográfica Sector Pesquero y Acuícola</i>	42
<i>Figura 12: Cantidad de Tilapia Exportada</i>	44
<i>Figura 13: Cultivos empresas productoras/exportadoras Ecuador</i>	45
<i>Figura 14: Principales países importadores partida 0304190010</i>	46
<i>Figura 15: Principales países de exportación partida 0304190010</i>	47
<i>Figura 16: Crecimiento del PIB</i>	50
<i>Figura 17: Crecimiento del PIB países latinoamericanos</i>	51
<i>Figura 18: Inflación Ecuador</i>	52
<i>Figura 19: Balanza Comercial del Ecuador</i>	54
<i>Figura 20: Productos no tradicionales</i>	54
<i>Figura 21: Tasa de desempleo urbano Ecuador</i>	56
<i>Figura 22: Salario Básico Unificado</i>	57
<i>Figura 23: Balanza Comercial de Lituania</i>	66
<i>Figura 24: Inflación de Lituania</i>	68
<i>Figura 25: Tasa de desempleo de Lituania</i>	70
<i>Figura 26: Historial de desempleo Lituanos</i>	71
<i>Figura 27: Tasa de crecimiento del PIB Australiano</i>	74
<i>Figura 28: Balanza comercial de Austria</i>	76
<i>Figura 29: Balanza comercial Ecuador-Austria</i>	78
<i>Figura 30: Inflación de Austria</i>	78
<i>Figura 31: Índice de desempleo Austria</i>	80
<i>Figura 32: PIB de Sudáfrica</i>	85
<i>Figura 33: Balanza comercial bilateral Ecuador-Sudáfrica</i>	88
<i>Figura 34: Inflación de Sudáfrica</i>	90
<i>Figura 35: Desempleo en Sudáfrica</i>	91
<i>Figura 36: Matriz de Decisión</i>	95
<i>Figura 37: Principales productores de Tilapia</i>	104
<i>Figura 38: Precio del camarón y tilapia mercado europeo</i>	111
<i>Figura 39: Modelos de Fideicomisos 2012 y sus respectivas comisiones</i>	118
<i>Figura 40: Recursos administrados por sectores 2012</i>	118
<i>Figura 41: Fideicomisos Mercantiles</i>	122
<i>Figura 42: Encargos Fiduciarios</i>	123
<i>Figura 43: Proceso de control continuo</i>	135
<i>Figura 44: Desarrollo del Encargo Fiduciario</i>	136

<i>Figura 45: Manejo de excedentes por exportación de tilapia al mercado Europeo</i>	141
<i>Figura 46: Objetivos que se alcanzarán con el Encargo Fiduciario</i>	144
<i>Figura 47: Objetivo del Encargo Fiduciario destinado a la inversión</i>	145
<i>Figura 48: Insumos que deben ser mejorados en el Sector Acuícola</i>	147
<i>Figura 49: Requisitos para obtener el RUC</i>	152
<i>Figura 50: Certificado Digital</i>	153
<i>Figura 51: Requisitos para el uso del portal Ecuapass</i>	154
<i>Figura 52: Solicitud de Uso</i>	155
<i>Figura 53: Registro del Representante Legal</i>	155
<i>Figura 54: Solicitud de uso (Representante)</i>	156
<i>Figura 55: Solicitud de Certificado de Origen</i>	161
<i>Figura 56: Incotems 2010</i>	163
<i>Figura 57: Filete tilapia fresco</i>	164
<i>Figura 58: Beneficios nutricionales de la tilapia</i>	165
<i>Figura 59: Empaque</i>	166
<i>Figura 60: Dimensiones del empaque</i>	167
<i>Figura 61: Etiqueta del producto</i>	168
<i>Figura 62: Empaque de exportación del producto</i>	169
<i>Figura 63: Cadena de abastecimiento</i>	171
<i>Figura 64: Ferias Internacionales</i>	175
<i>Figura 65: Promoción de Ecuador en Feria PYMES en China (CISMEF)</i>	175

**Índice de Cuadros**

<i>Cuadro 1: Principales Exportadores de Tilapia en Ecuador</i>	13
<i>Cuadro 2: Cadena de valor del cacao</i>	15
<i>Cuadro 3: Capital de Trabajo</i>	16
<i>Cuadro 4: Principales Estrategias aplicadas al sector pesquero y acuícola</i>	21
<i>Cuadro 5: Comparativo de las diferentes especies de tilapia</i>	25
<i>Cuadro 6: Sistemas de Producción de Tilapia</i>	30

**Índice de Tablas**

<i>Tabla 1</i>	7
<i>Tabla 2</i>	38
<i>Tabla 3</i>	41
<i>Tabla 4</i>	43
<i>Tabla 5</i>	44
<i>Tabla 6</i>	45
<i>Tabla 7</i>	62
<i>Tabla 8</i>	63
<i>Tabla 9</i>	65
<i>Tabla 10</i>	65
<i>Tabla 11</i>	68
<i>Tabla 12</i>	76
<i>Tabla 13</i>	81
<i>Tabla 14</i>	87
<i>Tabla 15</i>	88
<i>Tabla 16</i>	93
<i>Tabla 17</i>	95
<i>Tabla 18</i>	98
<i>Tabla 19</i>	99
<i>Tabla 20</i>	100
<i>Tabla 21</i>	114
<i>Tabla 22</i>	139
<i>Tabla 23</i>	141
<i>Tabla 24</i>	141
<i>Tabla 25</i>	149
<i>Tabla 26</i>	169
<i>Tabla 27</i>	170
<i>Tabla 28</i>	172
<i>Tabla 29</i>	176

## RESUMEN

La globalización promueve el desarrollo del comercio internacional debido a que incentiva la interacción entre los diferentes países y sus productos, obligando a la búsqueda de nuevos mercados para dar a conocer y posicionar a los mismos. En los últimos años la producción de tilapia se ha visto afectada por falta de acuerdos comerciales que beneficien al cultivo y exportación de este producto; que a diferencia de otros como el camarón, cuenta con preferencias arancelarias para el ingreso a los diferentes mercados internacionales. La investigación realizada busca fomentar la exportación de filetes frescos de tilapia a mercados donde la demanda de este producto se ha ido incrementando en los últimos años, logrando posicionarlo a nivel internacional por sus características tanto de calidad y beneficios para la salud. A través del encargo fiduciario se busca cumplir una serie de objetivos entre ellos el de satisfacer la oferta exportable, incentivar la inversión para el desarrollo e innovación de nuevos procesos dentro de la cadena de valor. Es importante la aplicación de técnicas que permitan obtener un mejor cultivo y producción, ya que conllevan al desarrollo de programas en los que se investigue como mejorar la alimentación de la tilapia para que su proceso de crecimiento sea en menor tiempo, pero siempre conservando la calidad del producto. Además las estrategias de posicionamiento ayudarán a que el producto ecuatoriano sea conocido en nuevos mercados extranjeros mediante diferentes campañas publicitarias y promocionales en la que se destaque el origen del producto, características, así como su alto valor nutricional.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **ACUERDOS COMERCIALES**
- **COMERCIO INTERNACIONAL**
- **ENCARGO FIDUCIARIO**
- **NUEVOS MERCADOS**
- **ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO**

## **ABSTRACT**

Globalization promotes international trade development because it encourages interaction between different countries and its products, forcing the search for new markets to introduce and position them. In recent years, tilapia production was affected by lack of trade agreements that benefit the cultivation and export of this product; that unlike other as shrimp, has tariff preferences for admission to the various international markets. Research conducted seeks to promote the export of fresh tilapia fillets to markets where demand for this product has been increasing in recent years, achieving positioning internationally for its characteristics of both quality and health benefits. Through the trust management seeks to meet a number of objectives including to meet the export supply, encourage investment in the development and innovation of new processes within the value chain. It is important to apply techniques to get better cultivation and production, as they involve the development of programs that can be investigated to improve feeding tilapia for your growth process in less time, while retaining the quality product. Besides positioning strategies will help the Ecuadorian product is known in new foreign markets through various advertising and promotional campaigns in which the origin of the product characteristics and its high nutritional value is highlighted.

### **KEYWORDS:**

- **TRADE AGREEMENTS**
- **INTERNATIONAL TRADE**
- **CUSTOM TRUST**
- **NEW MARKETS**
- **POSITIONING STRATEGIES**

## CAPÍTULO 1

### ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE TILAPIA

#### 1.1. Marco Teórico

Para realizar esta investigación se debe analizar varios parámetros como, leyes y teorías que permitan tener un panorama del objeto de estudio. Dentro del marco legal se debe tener en cuenta las diferentes acciones que el gobierno ha tomado y que podrían tanto beneficiar como perjudicar al momento de proseguir con esta investigación, acuerdos comerciales internacionales vigentes, leyes y reglamentos específicos en cuanto a la exportación de la tilapia, de igual manera se debe tener en cuenta temas como el fideicomiso, tipos de fideicomisos, bases legales en los cuales está amparado el mismo.

La investigación está basada en la Teoría de la Ventaja Competitiva propuesta por Michael Porter, la cual nos indica que:

*La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.*

Ecuador posee muchos recursos naturales y una variedad de micro climas que permiten que los productos en especial los agrícolas sean de gran calidad, por lo que muchos de nuestros frutos, vegetales y hortalizas

son demandados en gran cantidad; además la zona costera permite que se produzca los mejores mariscos, como el caso de los pescados y en especial la tilapia, que al ser una especie introducida su cultivo se acopla a climas cálidos, resultando de esta producción, un pescado de calidad apetecido en mercados internacionales por su sabor y sobre todo por sus nutrientes y beneficios que producen en la salud de las personas que lo consumen.

### **1.1.1. Acuerdos Comerciales**

El Ecuador en el ámbito comercial esta normado por una serie de acuerdos internacionales que benefician el ingreso de productos ecuatorianos a otros países sin embargo, muchos de ellos están a punto de caducar esperando ser renovados o simplemente serán terminados por los países que los otorgan.

Es importante mencionar que Ecuador en los últimos años ha incrementado significativamente la exportación de tilapia, siendo EE.UU el principal importador del producto, pero al no contar con las preferencias arancelarias (ATPDEA), los costos de exportación del producto ecuatoriano se ven afectados, es por ello que se busca nuevos mercados para posicionar a la tilapia ecuatoriana, ya que el producto es altamente nutritivo y muy apetecido por varios segmentos de la población que cada vez se preocupa más por su alimentación y salud.

Con respecto al SGP Plus, según (El Universo, 2013) dice: “El pleno del Parlamento Europeo renovó, hasta diciembre del 2014 el SGP Plus para Ecuador, informó el Gobierno en un comunicado.” Esto permite no solo a los empresarios sino también al gobierno ecuatoriano pensar en dos alternativas:

Primero, se deben buscar otros mercados de exportación de tal manera que si no se concretan las negociaciones del ATPDEA y las del SGP plus se pueda contar con otros socios comerciales, y segundo por parte del gobierno se deben fortalecer las relaciones bilaterales con la Unión Europea, ya que éste es un mercado que no está explotado en su totalidad.

Según (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, 2011) “La expiración del sistema de preferencias ATPDEA Y SGP, cerca de 57 partidas son sujetas de pago de aranceles a su ingreso en los Estados Unidos, que representan 5.955 millones de dólares de importaciones registradas por este país en 2010”.

En el Ecuador, el sector pesquero destina a la exportación gran cantidad de camarón y atún, pero en los últimos años la exportación de tilapia y salmón han ido creciendo a un ritmo acelerado debido a la gran demanda de dichos productos tanto en el mercado norteamericano como en el europeo.

En la actualidad los recursos costeros tienen un cultivo y producción artesanal, sin embargo, existen pocas empresas que cuentan con la maquinaria necesaria para tecnificar dichos procesos, a la vez que generan valor agregado a los productos para su posterior exportación a los mercados extranjeros lo cual genera un gran avance y desarrollo tanto en la parte económica como social en el país, ya que se generan plazas de trabajo para las personas que se encuentran en esta actividad económica, no obstante es importante seguir mejorando todos los aspectos y procesos del sector pesquero para de esta manera contar con una oferta exportable que satisfaga la demanda internacional.

Es importante para el desarrollo de este sector económico que el gobierno realice las negociaciones necesarias para potenciar la productividad pesquera, es decir la firma de acuerdos comerciales que beneficien a los productores, en este caso de investigación a los productores de tilapia, creando una ventaja frente a nuestros principales competidores en cuanto al acceso a mercados claves para la exportación.

A pesar de las ventajas que otorga el buen planteamiento de los acuerdos comerciales y TLC, Ecuador no quiere tener ningún tipo de participación, ya que considera que existen mayores beneficios para las otras partes. Según (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2010)

*El resultado palpable, al momento, es que Ecuador no se ha involucrado en el proceso de negociación de accesos preferenciales a nuevos mercados, limitando por tanto la llegada de nuevas inversiones, la generación de empleo, la transferencia de tecnología y conocimiento, la diversificación e innovación de productos, el incremento del volumen de producción y la consecución de relaciones perdurables con los compradores.*

El contar con un acuerdo comercial que vele por los intereses ecuatorianos traerá grandes beneficios e ingresos para el país, además que posicionará al producto en el mercado internacional.

Ecuador posee los siguientes acuerdos comerciales:

- Comunidad Andina
- MERCOSUR
- México
- Cuba
- Guatemala
- Venezuela
- Chile

Según (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2010), los beneficios de un acuerdo comercial son los siguientes:

1. Integración Comercial: Reto que exige mejorar la producción en diversificación, innovación y calidad para poder competir. Estos procesos abren oportunidades de empleo en los países.
2. Reglas de Origen: Son las normas que definen qué producto puede acceder a un mercado con el cual se tenga un acuerdo. Estimulan la cadena interna de producción y la de la región.

3. Acceso a mercados: Lograr que los productos de nuestro país puedan ingresar a otros mercados sin barreras arancelarias o no arancelarias, en el menor tiempo posible.
4. Defensa Comercial: Acordar mecanismos que permitan corregir posibles distorsiones de comercio, ante la eventualidad que un acuerdo en el tiempo beneficie más a un lado que al otro.
5. Generación de divisas: Frente a un esquema dolarizado como el de Ecuador, los acuerdos comerciales son necesarios ya que incentivan las exportaciones y esto hace que las divisas ingresen al país.

Como se muestra en la Figura 1, Ecuador tiene varios acuerdos comerciales firmados tanto para importaciones como exportaciones, pero existe una balanza comercial negativa debido a las elevadas importaciones que realizamos, no obstante el apoyo gubernamental y el fomento de las exportaciones planteadas en el Plan Nacional del Buen Vivir, deberá generar un cambio en el comercio exterior ecuatoriano.



**Figura 1: Acuerdos Comerciales**  
Fuente: Banco Central del Ecuador

CUADRO COMPARATIVO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES QUE BENEFICIAN A ECUADOR					
Acuerdo o bloque comercial.	Fecha de caducidad del acuerdo	Partidas Arancelarias beneficiadas	Monto de Exportaciones del Ecuador en el 2013	Sectores que más crecieron.	Requisitos para ingresar al mercado
ATPDEA	27 de junio del 2013	1150 partidas arancelarias beneficiadas, entre las que destacan: petróleo, combustibles, pescado, crustáceos y moluscos, tilapia.	8779 millones de dólares en el balance general del año 2012.	Entre los principales sectores beneficiados por el ATPDEA están: petróleo, florícola, textil, atunero.	Alto.
SGP PLUS	31 de diciembre del 2014	6000 PARTIDAS ARANCELARIAS BENEFICIADAS POR EL SGP plus entre los que destacan: café, cacao, flores, atún y camarón.	2500 millones de dólares anuales.	Sector florícola, pesquero, agropecuario, textil.	Alto.
CAN		Todas las partidas arancelarias siempre y cuando los productos sean producidos más del 50% en los países miembros de la CAN.	1405 millones de dólares en el año 2012	Sector alimenticio, automotriz.	Bajo
Mercosur	El Mercosur es un bloque no explotado aun por el Ecuador representando el 1% de las exportaciones.	El tipo de preferencias que otorga el Mercosur son parciales que serán liberadas en un determinado tiempo.	231 millones de dólares en el año 2012	Sector agrícola, pesquero, derivados del petróleo.	Bajo

**Figura 2: Comparativo Acuerdos Comerciales**  
Elaborado por: Los Autores

Los principales países importadores de Tilapia según (Trade Map, 2011) a nivel mundial son: EE.UU y Francia, como podemos observar en la Tabla 1, los valores importados durante el periodo 2007-2011 son de \$6,202,231 y \$1,931,560 respectivamente, lo cual nos indica que ha existido una participación significativa de estos países en el comercio ecuatoriano, además cada uno de estos países cuentan con diferentes leyes y reglamentos (medidas sanitarias y fitosanitarias) para el ingreso de este producto en su mercado interno, a continuación se detallarán estas leyes y reglamentos de acuerdo a cada uno de estos países.

**Tabla 1**  
**Principales compradores de tilapia**

VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)							
Importadores	Valor Importado en 2007	Valor Importado en 2008	Valor Importado en 2009	Valor Importado en 2010	Valor Importado en 2011	Valor Total Importado 2007-2011	Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA)*
Estados Unidos	1.278.970	1.310.980	1.163.019	1.173.217	1.276.045	6.202.231	-
Francia	354.854	368.213	382.025	386.679	439.789	1.931.560	5,51%
Suecia	220.885	194.632	197.244	250.330	329.653	1.192.744	10,53%
Reino Unido	268.464	269.357	256.728	269.673	287.763	1.351.985	-
Alemania	266.303	280.396	277.789	261.185	284.347	1.370.020	-
Bélgica	225.503	216.680	210.066	224.607	293.600	1.116.456	-
Italia	205.769	235.522	220.945	215.879	219.796	1.097.911	-
Dinamarca	168.807	184.490	196.934	211.591	213.414	975.236	6,04%
Holanda	166.214	191.104	201.015	181.471	203.872	943.676	-
Canadá	112.835	117.439	97.088	101.859	139.417	568.638	-

**Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones**

EEUU es un país muy estricto en cuanto a la forma como ingresan los productos a su mercado, según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012) “En EEUU El Servicio de Inspección Zoosanitaria y Fitosanitaria (APHIS) del Departamento de Agricultura regula la importación de plantas, animales y productos derivados; la Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos (FDA) regula la importación de los demás productos alimenticios para el consumo humano.”

Con respecto a las medidas de etiquetado de EEUU según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012) dice “varios reglamentos técnicos establecen prescripciones para el etiquetado o rotulado de las mercancías con su país de origen”.

De conformidad con la Ley Arancelaria de 1930, los artículos importados, con algunas excepciones, deben contener marcas bien visibles e indelebles en inglés que indiquen su país de origen al "último comprador". Esto es muy importante no solo como una ley sino como una ventaja competitiva ya que al momento que se incorpora la etiqueta del producto las personas

conocerán el lugar de origen y como se lo manipula para que llegue un producto de calidad a las manos del consumidor. En los últimos años la mayoría de productos que se exportan desde Ecuador al mundo llevan una pequeña referencia del lugar de origen, es decir una pequeña narración histórica del lugar de producción.

Con respecto a las normas sanitarias y zoonosológicas de Francia según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012): “Medidas sanitarias y fitosanitarias: La preparación, transformación, fabricación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación y venta o suministro de los productos alimenticios deberá realizarse de manera higiénica.” Este tipo de medidas no deberían ser consideradas como obligatorias si no que deberían ser consideradas como fundamentales dentro de todo proceso de producción en la industria ecuatoriana.

Con respecto a las normas de etiquetado según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012) “La etiqueta debe mencionar el nombre del producto, la marca, la composición, los consejos de uso, la fecha de fabricación y de expiración, el origen del producto, el nombre y la dirección del exportador, el precio, las especificaciones del producto, las normas y el código de barras.” Las normas para ingresar a un mercado europeo son más estrictas que las estadounidenses ya que no solo se debe realizar una descripción detallada del producto que va a ingresar sino que todo el contenido debe estar escrito en el idioma de la nación a la que se ingresa y todas las expresiones y abreviaturas deben ser validadas por las normas de cada una de las naciones, caso contrario el producto no podrá ingresar al mercado de consumo.

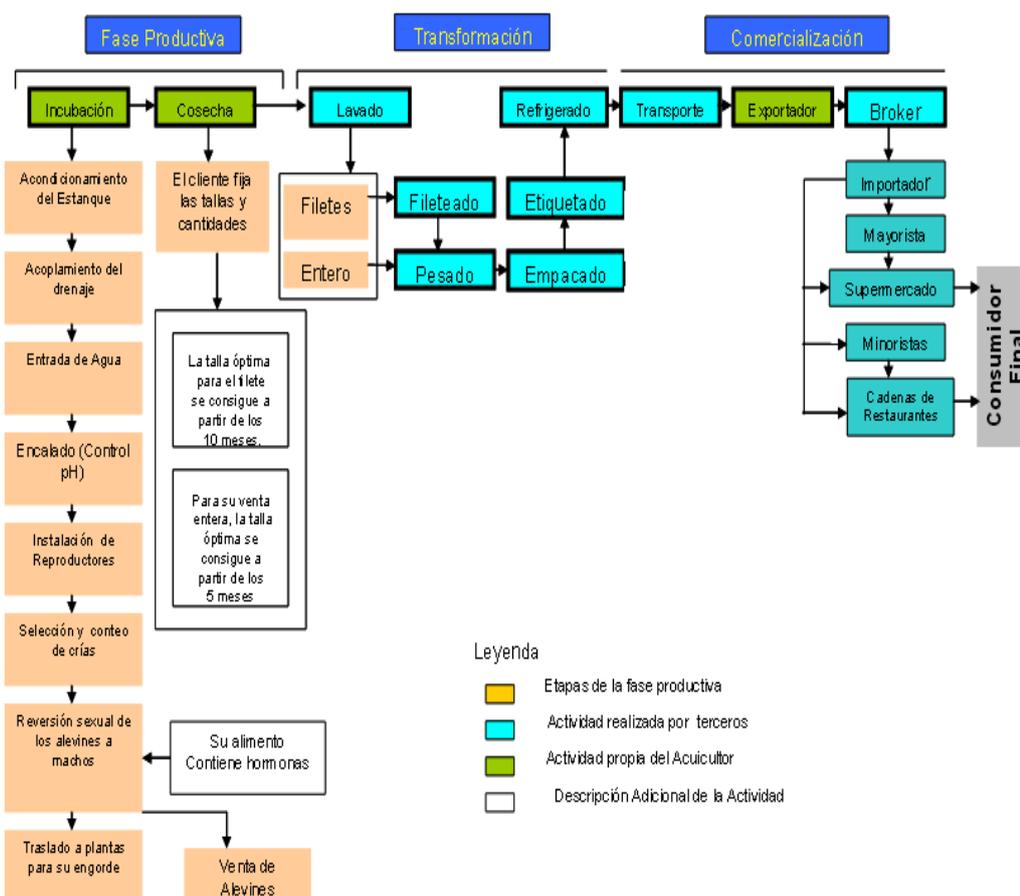
Pero ¿cómo funciona un Fideicomiso de Exportación dentro de un Acuerdo comercial?, según (Pioli) menciona que en el Mercosur se ha utilizado este sistema denominado fideicomiso como una forma de mejorar el intercambio comercial entre Argentina y Venezuela, un ejemplo es el fideicomiso para la venta de fuel-oil y gas –oil de Venezuela hacia Argentina y que los fondos recaudados serán utilizados para la compra de productos

agrícolas argentinos, como se puede ver es un acuerdo que beneficia a la parte comercial entre países ya que compromete a una compra segura durante un periodo establecido.

Según la CAN, mediante la CAF (Corporación Andina de Fomento) entre las fuentes de financiamiento que existen se encuentra el fideicomiso estructurado que apoya a adquirir recursos a los clientes mediante una estructura de venta y arrendamiento posterior de los activos producidos.

### 1.1.2. Cadena productiva de la Tilapia

Como se puede observar en la figura 2, la cadena productiva de la tilapia se desarrolla en 3 fases: productiva, transformación y comercialización, cada una de ellas cumple con los respectivos procesos y normas de calidad que hacen que el producto final sea cotizado en el mercado internacional.



**Figura 3: Cadena Productiva Global de la Tilapia**  
Fuente: Maradiugue Tuesta, Rocío

A continuación se detalla cada fase productiva de la tilapia:

- **Aspecto Biológico de la tilapia:** existen 6 tipos de tilapias las cuales se dividen en los siguientes grupos: Oreochromis, Tilapia, Sarotheredon, Danakilia, Tristamella, Pelmatochromis. La tilapia tiene un cuerpo comprimido con boca ancha y labios gruesos, tiene tres clases de aletas: anal, dorsal, y caudal, y también posee escamas. Vive naturalmente en zonas tropicales y subtropicales, entre las características más vistosas tenemos que puede vivir en agua dulce, salubre y marina, su tipo de alimentación es omnívora. La reproducción de este tipo de pez es dioica, la tilapia alcanza la etapa de madurez sexual a partir de los 3 o 4 meses de edad, el periodo de incubación tiene una duración de 60 a 72 horas después de los cuales los alevines avivan. En el Ecuador los principales sectores donde se cultivan las tilapias son: Esmeraldas, Manabí, los Ríos, Guayaquil, Quito, Loja, Pastaza.
- **Fase productiva:** Los productores de tilapia deben realizar el acondicionamiento del estanque, es decir, se inicia con una limpieza, desinfección y recuperación de diques de 1 a 2 días, para luego pasar al llenado de los estanques con agua fresca de 1 a 2 días. Posteriormente se procede a la instalación de los reproductores, 1 macho por 2 a 3 hembras; a partir del día 11 se inicia con la recolección diaria hasta el día 20 de las larvas, y para la selección de las mismas se debe escoger las menores a 1.6 cm. Para la instalación de las larvas en los estanques se debe acondicionar los mismos a una densidad de 5000/m<sup>3</sup>.

En cuanto a la alimentación de las larvas, debe realizarse a través de un alimento con hormona de 60mg/kg a veces al día por 28 días.

- **Transformación:** Se receipta la tilapia, para luego proceder con la clasificación y pesado, en seguida se realiza el descamado,

eviscerado y descabezado, a continuación se hace el fileteado, afinado, sanitizado y escurrido y el pesado para que los filetes tengan el peso exacto para la exportación.

Finalmente se procede al envase, empaque y embalaje del producto de acuerdo a las normas de calidad, se almacena en un cuarto frío hasta su traslado al aeropuerto para el envío al nuevo mercado extranjero.



**Figura 4: Procesamiento de la Tilapia**  
Fuente: AquaNort Peru Sac.

- **Comercialización:** Se realiza la exportación al mercado internacional, y a través del canal de distribución se procede a la venta al consumidor y también al posicionamiento del producto mediante las diferentes estrategias establecidas, entre ellas la publicidad.
- **Distribución y consumo:** Según estudios anteriores realizados por la Universidad Central del Ecuador (Facultad de Medicina Veterinaria y zootecnia) en su exposición sobre acuicultura (Beltrán, 2012) dice: existen 8 empresas que lideran la industria de la tilapia en el Ecuador estas son: AQUAMAR, Industrial

Pesquera santa Priscila, empacadora nacional (ENACA), INDUMAR, MARFRISCO, el Rosario, el Garzal, AQUACHILE, y EMPAGRAN. Se debe recordar también que existe la pesca artesanal, este tipo de productores venden desde alevines hasta la tilapia en su etapa de consumo.

Según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013) “La tilapia es el segundo pescado, por detrás del salmón, con más demanda en el mercado cuyo precio promedio es de \$8 por libra. La tilapia está disponible en casi todos los canales de distribución (supermercados y tiendas mayoristas)”. Conforme a las cifras registradas por el Departamento de Comercio Exterior de EE.UU. en el 2012, los principales proveedores de tilapia al país norteamericano, en orden de volúmenes de importación, fueron Pakistán, Ecuador y China.

Como podemos observar, la dinámica de la cadena productiva de la tilapia en el Ecuador comienza con los productores de tilapia los cuales de acuerdo con sus posibilidades y recursos producen, entre estos se encuentran tanto los grandes productores como los artesanales. Estas empresas conformadas netamente por personas de la comunidad venden sus productos a las empacadoras las cuales tiene centros de acopio en donde cortan y empacan en filetes para su debida exportación. Cabe recalcar que los principales empacadores se encuentran en las provincias de Guayas y Manabí, es decir donde existen los puertos marítimos.

Tanto las fases de transformación y comercialización, es lo que más resaltará en la investigación, ya que comprende tanto el diseño del empaque y el etiquetado del producto, debido a la existencia de determinadas normas que se debe cumplir para poder comercializar el producto en mercados extranjeros; en cuanto a la comercialización lo que se buscará desarrollar es la exportación directa por parte de los productores, lo cual traerá mayores beneficios a las personas que desarrollan esta actividad económica.

Entre los principales exportadores de tilapia en el Ecuador tenemos:

**Cuadro 1: Principales Exportadores de Tilapia en Ecuador**

EXPORTADOR	PROVINCIA	DIRECCIÓN
EMPACADORA DIAMANTE S.A EMPACDIAMANTE	GUAYAQUIL	ESMERALDAS, ESMERALDAS.
AQUAMAR S.A.	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE # 1911 Y LOS RIOS, PISO 7
PRODUMAR S.A.	GUAYAQUIL	KM 8 VIA DURAN TAMBO
EMCOPAC S.A.	GUAYAQUIL	GARCIA AVILES 408 Y LUQUE PISO 7 OF-722
FRIGOLANDIA C.A.	GUAYAQUIL	KM 9 Y MEDIO VIA A DAULE
INDUSTRIAL PESQUERA STA.PRISCILA S.A.	GUAYAQUIL	KM 5 Y MEDIO VIA DAULE
ESCUALEM CIA. LTDA.	GUAYAQUIL	AV QUITO 3024 Y ARGENTINA
TROPICAL PACKING ECUADOR S.A TROPACK	GUAYAQUIL	VIA DURAN BOLICHE KM 26 S/N
GONDI S.A.	MANTA	KM 5 Y MEDIO VIA MANTA PORTOVIEJO
ECUAFISH S.A.	MANTA	CALLE 29 # 103 Y AVENIDA FLAVIO REYES
OCEANFISH S.A.	MANTA	KM. 4 1/2 VIA MANTA MONTECRISTI
PRODUCTOS PERECIBLES Y MARISCOS PROPEMAR S.A.	MANTA	KM 1 1/2 VIA MANTA-SAN MATEO
COSTAPESCA CIA.LTDA.	QUITO	COLON 535 Y 6 DE DICIEMBRE

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

### 1.1.3. Asociatividad

Una vez determinados los enfoques en cuanto al futuro y presente de los acuerdos comerciales que benefician al Ecuador y además analizando el sector productivo, se puede determinar las cantidades, valores, empresas y microempresas que se dedican a esta actividad con el fin de utilizar un sistema de asociatividad que permita satisfacer la demanda internacional.

Según: (Red de Comunicación Comunitaria) la asociatividad “Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, donde comparten la misma necesidad; cada empresa mantiene su independencia

jurídica y autonomía gerencial y decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo en común”.

Según (Larrea, 2013) “la asociatividad es una alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero, potenciando sus fortalezas y minimizando sus debilidades para incursionar en el comercio internacional”.

Una vez analizados los conceptos de la asociatividad, se puede decir que es una alianza voluntaria entre dos o más empresas que se dedican a cualquier actividad empresarial o productiva con el único fin de aumentar sus ingresos maximizando las fortalezas, cabe recalcar que en este esquema las empresas mantienen su independencia, es decir al unirse dos empresas no se fusionan para crear una tercera, el fin de la asociatividad es cooperar para generar mayor productividad.

Dentro de las generalidades de la asociatividad tenemos:

- En la asociatividad se toma muy en cuenta dos temas denominados: cadena productiva y cadena de valor.
- Los diferentes modelos de asociatividad son: red empresarial horizontal, red empresarial vertical, alianza estratégica, clúster, unión temporal, consorcio, cada uno trabaja bajo ciertos criterios y características diferentes de acuerdo como se acomoden las empresas que lo utilizan.

Dentro de las ventajas de la asociatividad tenemos:

- Mejora la productividad y competitividad al estandarizar la calidad y el volumen de producción dentro de un periodo dado.
- Permiten que muchas empresas no quiebren al trabajar en conjunto.

Para poder apreciar más sobre la asociatividad se va tomar un ejemplo:

Como se puede apreciar en el cuadro 3, dentro de lo que es asociatividad se encuentra una cadena de valor que va desde los proveedores de semillas de cacao hasta la exportación en su totalidad. La asociatividad no solo es un proceso que acoge a empresas del mismo sector para la producción, busca también crear un vínculo no solo de compromiso de venta sino de la calidad del producto vendido. Cada etapa de la cadena de valor está compuesta por diferentes asociaciones las mismas que realizan un trabajo conjunto hasta llegar a la exportación al mercado mundial.

**Cuadro 2: Cadena de valor del cacao**

CADENA DE VALOR DE CACAO ARRIBA-CHOCOLATES					
Provisión de insumos	Producción de Cacao arriba	Transporte de cacao arriba	Industrias procesadoras	Comercialización	Consumo
Proveedores de semillas y plántulas de cacao arriba	Productores individuales y asociados de cacao arriba de Los Ríos, Guayaquil, Manabí, El Oro, Esmeraldas, Pichincha, Cañar, Bolívar, Azuay y la región amazónica	Transportistas nacionales Camiones de productores Transporte de intermediarios	Empresas de semi elaborados (manteca, pasta, licor) y chocolates: Nestlé, Confiteca, La Universal, Cafiesa, Infelersa, Ecuacocoa, Ferrero, Indecsa, Edeca, Hacienda Isla de la Pepa, Incacao, Industria Agroinsa, Industria Caramelos Perez Bermeo, La Perle Noire, Lezcano y Triari.	Tiendas Supermercados Puestos ambulantes Comerciales informales ONGs como MCCH, FEPP Exportadores de cacao Exportadores de derivados	Consumidores finales de chocolate fino a nivel nacional y mundial Procesadores de chocolate a nivel nacional y mundial

**Fuente: Enfoques de asociatividad Ecuador 2011**

### 1.1.4. Capital de Trabajo

Según (Rodas, 2012) “El capital de trabajo, es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio”, en la investigación se busca incentivar tanto a los productores de tilapia como a las entidades gubernamentales encargadas de sector pesquero a invertir en proyectos de producción y comercialización internacional de tilapia, logrando de esta manera incrementar y mejorar la producción ecuatoriana.

Dentro de los rubros del capital de trabajo se encuentran:

#### Cuadro 3: Capital de Trabajo

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
<u>Materia prima:</u>	En el caso de investigación la materia prima es la tilapia, ya que constituye el producto final de exportación, después de haber pasado por los respectivos procesos de transformación.
<u>Materiales Directos:</u>	Son los que forman parte del producto terminado, en la investigación se podría tomar como materiales directos al alimento balanceado para la cría de las tilapias.
<u>Mano de Obra Directa:</u>	Trabajadores que intervendrían en el proceso de transformación de la tilapia hasta el producto final de exportación.
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
<u>Mano de Obra Indirecta:</u>	Trabajadores que formarían parte indirectamente del proceso tanto productivo como de transformación de la tilapia. Ej. Supervisores, limpieza, etc.

Continúa 

Materiales Indirectos:

No forman parte integrante del producto final, como son los servicios básicos: Luz, agua, etc.

**GASTOS OPERACIONALES**Gastos Administrativos:

Desembolsos que se realizarían por pagos al personal administrativo que labore en la empresa, además de gastos en materiales de oficina, entre otros.

Gastos de Ventas:

Estos gastos representarían todas las operaciones de comercio exterior, así como el marketing del producto.

Es importante mencionar que el desarrollo de esta actividad económica de cultivo y producción de tilapia ha crecido a un ritmo acelerado por lo que existe una ventaja en cuanto a la recuperación del capital de trabajo, ya que al ser un negocio rentable las ganancias se verían reflejadas en corto plazo.

**1.1.5. Fideicomiso**

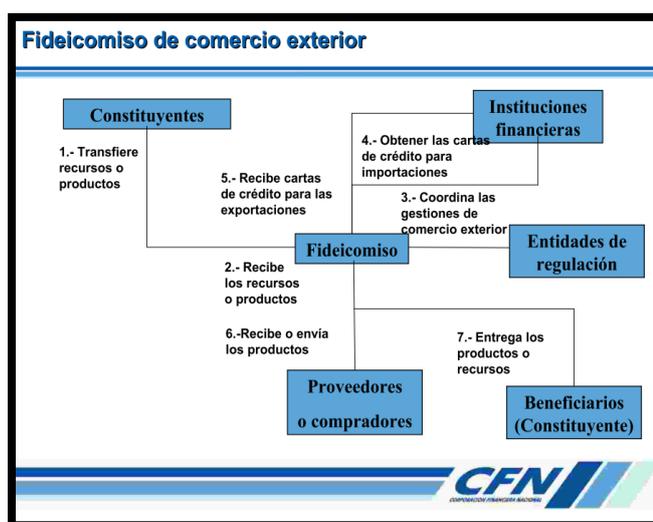
Con respecto a las bases teóricas, dentro del ámbito de estudio se deben aclarar temas concernientes al fideicomiso, tipos de fideicomiso, reglas y normas que rigen el fideicomiso, conceptos sobre estrategias de precio, plaza y promoción.

Según (Mendoza E. , 2014) dice: “El fideicomiso implica la transferencia de bienes o servicios de una persona a otra para cumplir un fin determinado. Los activos entregados en fideicomiso dejan de pertenecer a la persona que lo crea y quedan afectados exclusivamente al fin al cual son destinados.”

Según (Corporación Financiera Nacional, 2010) Negocio Fiduciario “es un acto de confianza, en el que una persona entrega a otra, uno a más bienes, transfiriéndole o no la propiedad de los mismos, para que ésta cumpla con una finalidad específica a favor de un tercero, e incluso de sí mismo”

Es por ello que el fideicomiso para la exportación se desarrollará como una opción para el fomento de las exportaciones de tilapia a un nuevo mercado internacional, ya que toda la producción se encaminará a nuevos demandantes que paguen un mejor precio por el producto, generando mejores beneficios a los productores ecuatorianos.

En un fideicomiso de comercio exterior intervienen varias personas que cumplen un papel importante para que el mismo se desarrolle con normalidad y genere los beneficios deseados. La investigación a desarrollarse buscará potenciar la creación de este tipo de negocio fiduciario, ya que como podemos observar en la figura 4, el objetivo del fideicomiso es garantizar la oferta exportable la cual debe basarse en tres aspectos importantes que son: calidad, precio justo y ventaja competitiva. Dentro del estudio podemos determinar que el fideicomitente (constituyente) son los productores y/o exportadores quienes proveerán de la producción de tilapia, el fideicomisario es el destinatario final de la propiedad y la persona encargada de administrar el Fideicomiso será un empresa calificada y certificada en negocios fiduciarios, con lo cual se garantizará la oferta exportable, calidad y precio justo, los beneficiarios (constituyente) vendrían a ser los productores de tilapia, y por último los compradores de tilapia (Compradores).



**Figura 5: Fideicomiso de Comercio Exterior**  
Fuente: Corporación Financiera Nacional

Según (Rodríguez, 2005) “Básicamente puede decirse que hay dos clases de fideicomiso. Uno de ellos es el fideicomiso "ordinario" o "de administración", el otro es el fideicomiso "financiero" que requiere la participación de un banco o una entidad aprobada por la Comisión Nacional de Valores.”

Para el desarrollo de este estudio se utilizará el encargo fiduciario puesto que la propiedad de los productores de tilapia de la provincia del Guayas no será transmitida a un administrador, y que mediante un contrato estipulado se pueda dar cumplimiento a las diferentes cláusulas contenidas y así poder obtener los beneficios a corto, mediano y largo plazo.

Dentro de las diferentes características que debe tener el contrato del fideicomiso están:

- Oneroso.
- Consensual
- De tracto sucesivo
- Formal.
- Unilateral o bilateral.

Lo que se busca con estas características es que el contrato pueda ser flexible acoplándose a diferentes sectores productivos o a las diferentes necesidades, de igual manera vela por los beneficios que en este caso los productores de tilapia recibirán al momento de establecer el contrato, ya que este es formal y por último nunca se expropia los bienes de los productores sino que se los administra para que sean más competitivos.

Esta herramienta ha sido utilizada en muchas ocasiones por diferentes países como una manera para mejorar la productividad de los diferentes sectores en los cuales se ha podido aplicar.

Como ejemplos de Fideicomisos de exportación tenemos el impulsado en la República de la Argentina en donde el Banco Nación creó esta herramienta financiera con el fin de impulsar la competitividad de las

empresas Argentinas en el área de la producción, este sistema implantado tiene como principales protagonistas la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, y el Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE). Este fideicomiso actúa de la siguiente manera: el Banco Nación jugará el papel de agente fiduciario canalizando los fondos aportados por el BICE, a través de un crédito respaldado por el mismo producto.

Como otro ejemplo tenemos el Fideicomiso de minerales no Metálicos Mexicanos el cual ha tenido una serie de modificaciones hasta el 2005 y en la actualidad se están viendo los resultados, entre los principales fines tiene los siguientes puntos:

- Mejorar, ampliar y desarrollar técnicas de exploración, explotación, beneficio e industrialización.
- Proporcionar asesoría técnica y administrativa.
- Promover el estudio de procesos que incrementen el aprovechamiento de los minerales.
- Realizar cursos de capacitación.
- Entre otros puntos.

Se ha tomado en cuenta estos 5 puntos de este ejemplo de Fideicomiso debido a que con esta información se puede determinar que: el fideicomiso no solo es financiero también promueve otras formas de mejorar la producción y productividad de los diferentes sectores aplicados como por ejemplo la parte técnica, productiva, administrativa y capacitación.

En Ecuador también se ha aplicado este tipo de mecanismo en el sector bananero, este fideicomiso es manejado por la CFN con el fin de evitar confrontaciones entre los productores y exportadores por el incumplimiento del pago justo de los segundos a los primeros.

Según (El Comercio, 2001), "Su fin es que los productores cancelen US 0,001 dólares por cada caja exportada para solventar los US 6.500 que

cuesta la administración mensual. Los exportadores tendrán que pagar el precio oficial de US 2,90 por cada caja de fruta exportada.” Cabe recalcar que este fideicomiso fue formado por un periodo de 30 años, garantizando su cumplimiento.

Principales Estrategias citadas en estudios anteriores del sector pesquero y acuícola

**Cuadro 4: Principales Estrategias aplicadas al sector pesquero y acuícola**

CUADRO COMPARATIVO DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES APLICADAS AL SECTOR		
Estrategias	Ámbito de aplicación	Análisis
Según (BONILLA, 2011) de la Universidad Dr. José Matías Delgado: la estrategia de mercadeo se determinará con la introducción al mercado, se ganará con la determinación de mejores ofertas de transporte del producto según se determinó en el estudio sin importar las condiciones, se fijará un porcentaje de ganancia sobre la inversión hecha que no sobrepase los precios de mercado establecidos por la competencia más fuerte.	Plaza	Lo que este estudio pretende es fijar un precio de acuerdo a la competencia es decir, no competir directamente con las grandes empresas ya que sería un error ingresar con un precio más bajo siendo una empresa nueva en el mercado, lo que también la empresa apuesta es a reducir costos buscando la mejor oferta de transporte.
Según (CAÑAR, 2010) del instituto Tecnológico Superior Edwards Deming, en su tesis de grado “Proyecto para la Producción y comercialización de Truchas” se utilizará para las estrategias de promoción 5 parámetros que son: Publicidad, Marketing directo, Relaciones Públicas, Promoción de Ventas y ventas Personales.	Promoción	En este proyecto utilizaron todo lo relacionado con las ventas directas siempre teniendo mucha relación con el cliente, es decir crear relaciones a largo plazo en donde lo importante no está en buscar nuevos clientes frecuentemente sino en mantener los clientes ya conseguidos.

Continúa 

<p>Según (LOPEZ) y (Mendoza V. , 2013)de la Universidad Salesiana en su tesis de grado: “Plan Estratégico para la empresa LOMACRAL productora de larvas de camarón en la península de santa Elena” dice: si el cliente es fijo cuenta con el beneficio del 10% de descuento al pago de contado y adicional a ello también la opción de pagar el 50% en efectivo y el otro 50 % con crédito a 30 días.</p>	<p>Precio</p>	<p>Esta empresa trabaja bastante en los descuentos, pero al ser una empresa que recién quiere ingresar en el mercado no le beneficia tener una penetración de mercados apostando al precio debido a que en el sector camaronero existen muchas empresas que ya están posicionadas en el mercado.</p>
<p>Según (PAREDES, 2009) dice que utilizará una estrategia de penetración rápida mediante la entrega de muestras comerciales a los chefs del mercado potencial para que realicen pruebas y degustaciones.</p>	<p>Producto</p>	<p>Esta estrategia apuesta a las muestras gratis para poder penetrar el mercado, de tal manera que se define como la manera más centrada de poder ingresar a un mercado ya que al regalar muestras gratis se llega a los clientes y no se ingresa al mercado por precio.</p>

**Elaborado por: Los Autores**

## **1.2. Antecedentes de la producción de Tilapia**

Estos últimos años se ha intensificado el cultivo de tilapia en el país, especialmente en la zona costera, donde los pequeños productores están apostando a esta actividad como una fuente de alimentación y trabajo obteniendo ingresos económicos con la producción y comercialización tanto al mercado local como internacional.

Ecuador es un país con larga trayectoria y experiencia en pesca y acuicultura. Según (Coello, 2010) indica que “estos dos subsectores económicos han sido priorizados por su impacto en la creación de empleo, generación de divisas y atractivo para la inversión nacional y extranjera, y que son apoyados por el Programa Estrategias Productivas”. (Ramírez, 2011) expresa: “El cultivo de tilapia en Ecuador se registra desde el año

1965, con la especie *Oreochromis mossambicus* en la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas, y posteriormente a inicios de los 80 se introduce al país el híbrido rojo de tilapia (*Oreochromis* sp.)”.

En Ecuador, según (Delfini, 2006)

*A partir del surgimiento del virus de la mancha blanca, que afectó considerablemente la producción camaronera del país, se desarrolló el cultivo de la tilapia como un negocio rentable, provocando que se encuentre mucha infraestructura desocupada como piscinas, estanques y plantas de balanceados, que luego fue ocupada para el cultivo de este pez.*

A partir del año 1996, Ecuador empieza a proyectarse como líder en la producción, procesamiento y exportación de filetes frescos hacia EEUU, dicho liderazgo obtenido se logra mediante la unión de los productores ecuatorianos con comercializadoras norteamericanas, siendo las sociedades más exitosas: AquaTrade Corporation (I.P.S.P, Aquamar e Indupesca) con Tropical Aquaculture Products y Empacadora Nacional (ENACA) con Rain Forest Aquaculture (RFA), fusiones que rendirían sus frutos en la parte final de la década de los 90.

Actualmente la tilapia se cultiva prácticamente en todo el mundo, especialmente en zonas de climas tropicales y agua dulce, pero no está limitada a estas áreas. Se cultiva en muchos sistemas de producción (lagunas de alto y poco recambio de agua, salobre o dulce. En jaulas, en estanques de concreto, tierra o fibra de vidrio), por lo que lo hace un pez muy versátil, y ofrece muchas ventajas para su producción.

### **1.2.1. Biología de la especie**

De acuerdo a (Fundación Produce Veracruz, 2011):

*Los peces que comúnmente se conocen como Tilapias pertenecen a la familia Cichlidae, y han sido agrupadas en cuatro géneros de la Tribu Tilapiini, dicha tribu es originaria de África y cuenta con alrededor de cien especies, algunas de las cuales han sido recientemente descubiertas.*

*“Esta situación, asociada a la diferencia de criterios en cuanto a su posición taxonómica, han dificultado la determinación de las especies, lo que ha ocasionado confusiones en cuanto a su identidad, así como el manejo de las diferentes cruzas que se han realizado con propósitos comerciales.*

### **1.2.2. Clasificación Taxonómica**

Para su manejo científico y técnico, las más de 70 especies y 100 subespecies de tilapias han sido agrupados en cuatro géneros de la Tribu TILAPINI de acuerdo con sus hábitos reproductivos:

- Oreochromis
- Tilapia
- Sarotherodon
- Danakilia

**Cuadro 5: Comparativo de las diferentes especies de tilapia**

ESPECIE	PAISES PRODUCTORES	RESULTADOS DEL CULTIVO.	EXPORTA ECUADOR
<b>Oreochromis (Tilapia Rendalli)</b>	Según: (TradeMap) los principales países productores de tilapia son: Tailandia, Holanda, costa rica, Honduras, China	Según: (HURTADO), dice que utilizando jaulas octogonales de 75 m3, se podrían generar 600 toneladas anuales de pescado.	EXPORTA ECUADOR
<b>Tilapia (tilapia del Nilo)</b>	Los principales países productores de tilapia del Nilo según (ITAM) sin: China, Egipto, Indonesia, Uganda, Tailandia, Taiwán, Brasil y México,	Según: (ITAM) dice que generalmente." Las densidades de cultivo oscilan entre 0.5 y 0.3 peces por metro cúbico y las producciones alcanzadas varían en torno a los 3000 a 5000 crías de tilapia por hectárea en embalses, presas, lagunas o bordos de temporal, con rendimientos de 80 a 500 kg/ha/año, dependiendo de la sobrevivencia de las tilapias."	EXPORTA ECUADOR
<b>Sarotherodon</b>	Los principales países productores de tilapia del Nilo según (ITAM) sin: China, Egipto, Indonesia, Uganda, Tailandia, Taiwán, Brasil y México,	Según: (Perú M. d., 2014)Se produce semi-intensivamente en estanques de tierra logrando entre 5 - 50 TM/Ha/año; intensivamente en estanques y jaulas se logra de 50 a 200 TM/Ha/año; y súper intensivamente en receways se logra (500 - 600 TM/Ha/año)	EXPORTA ECUADOR
<b>Danakilia</b>	No hay registro	No hay registro	No hay registro

### 1.3. Cultivo de la Tilapia

El cultivo de la Tilapia es considerado en Ecuador como un negocio rentable a partir de la aparición del virus de la mancha blanca que afectó la producción camaronera, ya que mucha infraestructura, piscinas, estanques y plantas de alimentos balanceados estuvo desocupada.

Para lo cual se tuvo que modificar las granjas de cultivo camaronero para dar lugar a nuevas granjas de cultivo de Tilapia, es decir que se dividió las piscinas existentes en unidades más pequeñas.



**Figura 6: Cultivo de Tilapia**  
**Fuente: Aquamar, Alfonso Delfini.**

### 1.3.1. Zonas de cultivo

Ecuador está considerado como uno de los principales productores y exportadores de tilapia, ya que existen ciertas condiciones ambientales adecuadas para su buen crecimiento.

Por lo que se ha considerado las provincias del Guayas (zona de Taura, Samborondón, Chongón, Daule, El Triunfo) y El Oro como las más apropiadas para su cultivo. A medida que ha pasado el tiempo y con la realización de estudios, esta producción se ha extendido hacia las provincias de Manabí, Esmeraldas y el Oriente ecuatoriano.



Figura 7: Zonas de Cultivo de Tilapia en Ecuador  
Fuente: Infopesca

### **1.3.2. Temporada de Cultivo**

Al ser la tilapia un producto acuícola y debido a las condiciones climáticas de nuestro país, esta variedad puede ser cosechada durante todo el año, siempre y cuando se tomen las medidas necesarias para su reproducción.

La duración de cada ciclo de reproducción es de seis meses, conjuntamente se debe considerar ciertos parámetros que permitirán el rápido crecimiento del pez, entre los cuales tenemos:

- el agua y su temperatura
- el origen genético de las tilapias, y
- la eficiencia del alimento utilizado

### **1.3.3. Infraestructura del cultivo**

Para el cultivo de tilapia se debe contar con la siguiente infraestructura, se ha tomado como referencia a la empresa Aquamar.

- Piscinas

El tamaño de las piscinas debe ser pequeño para un mejor control y manejo (3-10 has.). Su profundidad debe oscilar entre 1.00 y 1.20m.

En cuanto a la accesibilidad, las piscinas deben contar con muros de entrada, salida y laterales accesibles y el lastrado depende de tamaño de la operación.

Las compuertas de entrada y salida, deben ser lo suficientemente grandes y adecuadas para realizar cambios de agua proyectados, asimismo los fondos deben ser unas pendientes que permitan drenar completamente.

- Canales de aducción

El tamaño de los canales de aducción depende de las piscinas que abastecen, preferible que soporte 1 o 2 días de abastecimiento a piscinas (marea roja, etc.)

- Profundidad: Depende del volumen requerido para el abastecimiento.
- Nivel de Operación: Mínimo 30-50 cm. Más alto que nivel de piscinas (acción mecánica)

- Canales de drenaje

El tamaño de los canales de drenaje depende del volumen de agua que transportarán.

Profundidad: Depende de la operación, preferible poder drenar piscinas siempre.

- Estaciones de bombeo

La capacidad de las estaciones de bombeo depende de la operación, aireación, densidades de cultivo, entre otras.

Disponibilidad: Evitar proyectos de pocas horas de bombeo.

- Malla anti pájaros

La malla anti pájaros es necesaria en los cultivos de tilapia para controlar la depredación por aves.

Existen 2 tipos de mallas:

- Hilos de nylon
- Mallas de nylon o polipropileno, resistentes a rayos UV

Estas mallas de cobertura son necesarias para peces menores a 200 g.



**Figura 8: Mallas Anti- pájaros**  
**Fuente: Empresa AQUAMAR, Delfini Alfonso.**

#### 1.4. Sistema de producción

##### Cuadro 6: Sistemas de Producción de Tilapia

###### Extensivo

- El tamaño estanques entre 10 a 20 Ha.
- Se puede manejar estanques de tierra con una superficie de agua de 1.000 a 20.000 m<sup>2</sup>.
- Los peces son sembrados en las tallas de 1-5 gramos por un periodo de 6-12 meses
- Los peces son cosechados alcanzando de 400-700 gramos.
- La tilapia es sembrada en policultivo con otras especies: la carpa, colosoma, el guabote.



- Cerramientos más recomendados: los de

Continúa



**Semi- Intensivo**

forma rectangular.

- Se utilizan fertilizantes para lograr una máxima producción.
- Nivel más común de manejo para productores pequeños y medianos.
- Generalmente es un estanque de tierra que se puede llenar y drenar al gusto del productor.
- Tasas de siembra en estos sistemas varían de 50,000 a 100,000 peces/Ha, generalmente.
- Duración del ciclo de producción es de cinco a seis meses
- Se usa una tasa de siembra mayor.
- En este sistema se pueden utilizar estanques de tierra, de concreto o jaulas flotantes.

**Estanques**

- Las densidades oscilan entre 100,000 a 300,000 peces/Ha.
- Se utiliza un alimento complementario de buena calidad, de 25 a 30% de proteína.

- Hay disponible aireación mecánica de emergencia que se inicia cuando la concentración de oxígeno disuelto baja hasta el 10%

Continúa 

- de saturación.
- Intensivo**
- La producción total varía de 5,000 a 12,000 Kg/Ha.
  - Jaulas: Las jaulas pueden ser de bajo volumen, o sea menos de 5 metros cúbicos o de volumen alto, mayor de 5 metros cúbicos
  - Las jaulas de volumen bajo son más productivas debido al recambio de agua que mantiene la calidad de la misma.

**Súper Intensivo**

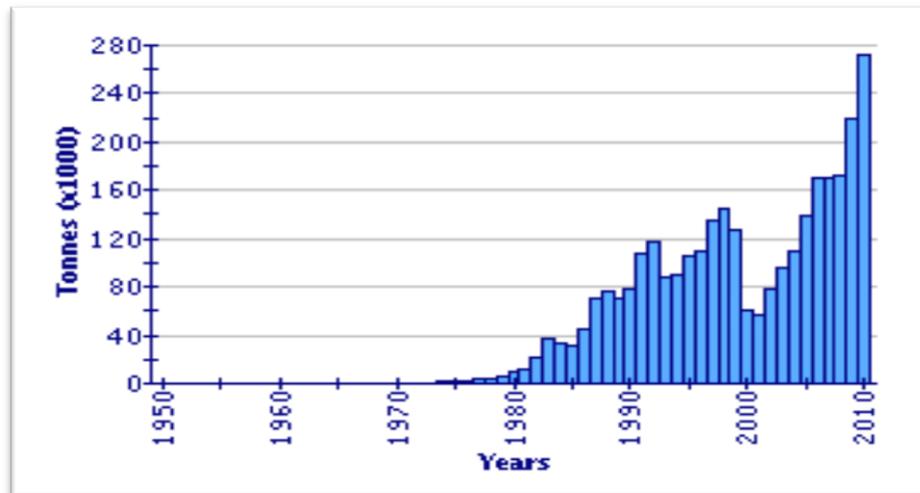
- Los estanques son generalmente de concreto, para que pueda darse un mejor intercambio de agua y una mayor oxigenación.
- En este sistema las densidades son superiores; en estanques deben hacerse recambios diarios de agua, de hasta un 100%/hora.
  - Se utilizan aireadores mecánicos.
  - El pez depende del alimento artificial por lo que, debe contener un alto porcentaje de proteína (30-40%).



**Fuente: Manejo de Cultivo de la Tilapia**

El 91 por ciento de las exportaciones se concentra en el mercado estadounidense, país en el cual las importaciones de tilapia ecuatoriana durante 2004 alcanzaron 10 400 toneladas. La tilapia es el tercer producto

acuícola importado en los Estados Unidos después del camarón y el salmón del Atlántico. (Subsecretaría de Acuicultura, 2010)



**Figura 9: Producción de la Acuicultura en Ecuador**  
**Fuente: Estadística Pesquera de la FAO, Producción en Acuicultura**

### 1.5. Sanidad

Las condiciones de hábitat de los peces al estar en cautiverio, son muy distintas a las de su hábitat normal, por lo que a medida que las producciones se incrementan, las alteraciones del ambiente son mayores posibilitando la aparición de enfermedades.

Por lo cual es indispensable que se tenga en cuenta las condiciones ambientales del medio acuático de la especie en cultivo y de los posibles agentes infecciosos que pudieran atacar a los peces.

Entre ellos tenemos:

- Observar la presencia de peces en la superficie.
- Tomar muestras tanto de la superficie como del fondo del agua.
- Limpiar los filtros diariamente.
- Controlar entradas y salidas de agua.
- No permitir una turbidez menor a 20cm de visibilidad.

## **1.6. Cosecha**

De acuerdo a la comercialización del producto las cosechas pueden ser totales o parciales. Las cosechas se realizan cuando los animales han alcanzado un tamaño adecuado para su venta.

## **1.7. Superficie, Producción y Rendimiento**

En los últimos años se ha desarrollado una infraestructura altamente tecnificada que ha permitido desarrollar con éxito el cultivo de tilapia.

En la actualidad existen alrededor de 2000 hectáreas de agua dedicadas al cultivo de tilapia, con un monto estimado de producción anual de 20 mil toneladas métricas, con perspectivas de crecimiento.

Con respecto al rendimiento de este producto en el mercado ecuatoriano, el mismo alcanza una oferta exportable de 2 millones de libras mensualmente, además otra característica muy importante que hace que una tilapia sea considerada como un pez de exportación es su peso, este debe tener un promedio de 700 gramos.

## **1.8. Información Nutricional de la Tilapia**

Según (Productos Zega):

*Se recomienda consumir pescado al menos 3 veces por semana, ya que es de gran beneficio para la salud debido a los diferentes nutrientes que posee, los cuales contribuyen a la prevención de problemas cardiovasculares y trombosis. El consumo de pescado reduce los niveles de colesterol malo (LDL) en la sangre, reduciendo su acumulación en las arterias, por lo tanto, reduce riesgos de arteriosclerosis y aumenta ligeramente el buen colesterol (HDL), mejorando*

*significativamente la circulación sanguínea. Además, el pescado tiene también otras características, que lo hacen un alimento de primera categoría, como lo son: su fácil digestibilidad, su valor proteínico, su gran contenido de minerales como hierro, sodio, y calcio, además de vitaminas.*

- Omega-3

La tilapia contribuye a proteger el corazón, el cerebro y las articulaciones.

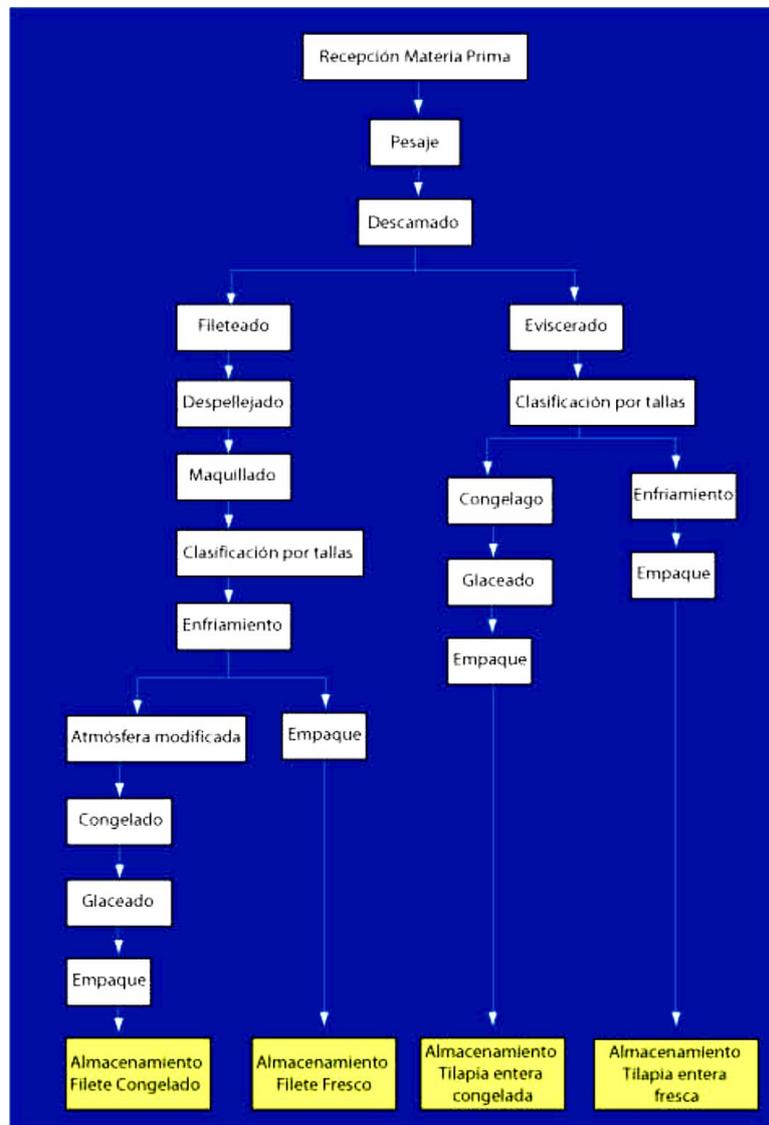
- Alto en Proteína y Bajo en Grasa
- Mercurio

La tilapia tiene un bajo valor en mercurio, debido a que crece en aguas muy limpias y tiene una dieta muy controlada.

<b>Nutrition Facts</b>			
Serving Size 6 ounce 170g (1 ounce (28g))			
Servings per container 27			
<b>Amount Per Serving</b>			
<b>Calories</b> 36	<b>Calories from Fat</b> 7		
% Daily Value*			
<b>Total Fat</b> 1g			1%
Saturated Fat 0g			1%
Trans Fat			
<b>Cholesterol</b> 16mg			5%
<b>Sodium</b> 16mg			1%
<b>Total Carbohydrate</b> 0g			0%
Dietary Fiber 0g			0%
Sugars 0g			
<b>Protein</b> 7g			
Vitamin A	0%	Vitamin C	0%
Calcium	0%	Iron	1%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:			
	Calories	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Fiber		25g	30g
Calories per gram:			
Fat	9	Carbohydrate	4
		Protein	4
©www.NutritionData.com			

**Figura 10: Información Nutricional de la Tilapia**  
Fuente: Productos Zega

## 1.9. Proceso de recepción del producto



**Figura 11: Proceso de recepción de la tilapia**  
 Fuente: INFOPECA 2006.

## CAPÍTULO 2

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El presente estudio de mercado permitirá determinar un potencial mercado de exportación para los filetes frescos de tilapia, analizando el macro ambiente y estableciendo parámetros que incentiven la exportación del producto. Una vez definido el mercado internacional se aplicarán estrategias que ayuden al posicionamiento y comercialización del producto en el nuevo mercado.

#### 2.1. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados

En el Ecuador las exportaciones de tilapia han ido perdiendo fuerza a través de los años, como el diario el Universo explicó en una de sus publicaciones (El Universo, 2012):

*El envío de tilapia al exterior ha decrecido por la gran competencia internacional que existe, siendo los mercados asiáticos los principales responsables de esta caída ya que distribuye el producto a un precio sumamente bajo desplazando a competidores como Francia, EEUU, Canadá y Reino Unido.*

Es así como se puede observar en la tabla 2 la disminución de las exportaciones de tilapia a través de los años.

De igual manera, se determina que el mercado en los últimos años se ha visto afectado por la no renovación de acuerdos internacionales como es el caso del ATPDEA teniendo en cuenta que EEUU es el mercado de mayor importancia para el Ecuador y que al perder las preferencias arancelarias

los productos ecuatorianos se vuelven menos competitivos con el resto de la competencia.

**Tabla 2**

**Exportación de tilapia ecuatoriana**

Exportaciones de tilapia Ecuador				
	Partida Arancelaria	Toneladas	Miles de dólares	Tasa de crecimiento
2009	0304190010	9,788.05	\$56,724.34	0,00
2010	0304190010	8,780.52	\$50,700.84	-10,29
2011	0304190010	8,828.32	\$53,281.65	0,54
2012	0304190010	8,205.49	\$50,487.69	-7,02
2013	0304190010	40,13	\$ 328,13	-99,51

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**2.1. Formulación del Problema de la Investigación de Mercados**

¿Cuál es el mercado idóneo para exportar la tilapia?

**2.2. Sistematización de la Investigación de Mercados**

- ¿Cuáles son las ventajas que tiene que utilizar un fideicomiso de Exportación como herramienta de comercio exterior. ?  
Se necesita saber las ventajas generadas por la aplicación de este modelo comercial.
- ¿Cómo llegar al mercado internacional?  
Se quiere saber con qué estrategias promocionales se ingresará al mercado internacional.
- ¿Cuáles serán los mercados a los que se va a dirigir?  
Es decir que mercados son potenciales para exportar y si hay la posibilidad de una mayor expansión.
- ¿Cuál es el volumen de producción?

Determinar cuánto se produce con el fin de establecer la oferta disponible para el mercado internacional, sin afectar el mercado nacional.

- ¿Cuál sería el precio tentativo de venta al mercado internacional?  
Establecer posibles rangos de precios una vez conocida la competencia para poder ser competitivos.
- ¿Cuál es nuestra competencia?  
Conocer nuestra competencia determinando a qué precio vende, que variedad de producto posee, la calidad del producto.
- ¿Se podrá cumplir con la oferta exportable?  
Conocer la demanda para planificar que cantidades se puede exportar.
- ¿Habrá la necesidad de asociarse con otras empresas?  
En el caso que no se cumpliera con la oferta exportable que posibilidad existe de asociarse con otras empresas ecuatorianas para tratar de cubrir la demanda internacional.
- ¿Cuáles van a ser los términos de negociación?  
Cuáles van a ser los parámetros y responsabilidades tanto del comprador como del vendedor para que no existan diferencias en un futuro.
- ¿Qué acuerdo internacional puede beneficiar en las negociaciones y pago de aranceles?  
Investigar de acuerdo al país elegido para la exportación que convenio internacional puede beneficiar en las negociaciones.

### **2.3. Objetivo General de la Investigación de Mercados**

Determinar nuevo mercado de exportación para la Tilapia, mejorando las condiciones de comercio y permitiendo un desarrollo estable y sostenido del sector.

#### **2.4. Objetivos Específicos de la Investigación de Mercados**

- Determinar los antecedentes del sector, empresas que se dedican a la producción de tilapia en la provincia del Guayas, datos estadísticos y de comercio.
- Analizar el sector acuícola para determinar la posibilidad de asociarse.
- Determinar como la herramienta del fideicomiso de exportación incentivará a la producción y exportación de tilapia.
- Definir una estrategia macro para poder ingresar al mercado internacional.
- Determinar cuál es el mercado más idóneo para la exportación y qué acuerdo internacional puede beneficiar a los productores ecuatorianos en las exportaciones.

#### **2.5. Hipótesis de la Investigación de Mercados**

1. La oferta exportable ecuatoriana actual correspondiente a la tilapia es suficiente para cubrir la demanda internacional a pesar de la repentina caída y abandono que ha tenido el sector en estos dos últimos años.
2. El mercado europeo es el más idóneo para la exportación de tilapia debido a su fuerte economía y su interés por productos no derivados del petróleo.

#### **2.6. Descripción del sector**

El sector acuícola hace varios años era considerado como uno de los más fuertes en el Ecuador, se puede decir que este sector está constituido por varias especies entre ellas marinas y de producción fluvial; a continuación se puede apreciar la evolución del sector acuícola desde 1991 hasta el 2011.

Tabla 3

## Datos de Producción de Pesca en Ecuador

DATOS DE PRODUCCIÓN DE PESCA EN ECUADOR						
Miles de toneladas						
Años	1980	1990	2000	2009	2010	2011
<b>Producción</b>	639,50	366,60	657,80	717,00	671,10	817,40
<b>Navegación Fluvial</b>	0,50	1,90	9,70	36,60	48,80	49,30
<b>Marino</b>	639,00	364,70	648,10	677,40	622,30	768,10
<b>Acuicultura</b>	9,60	77,70	61,30	218,40	271,90	308,90
<b>Navegación Fluvial</b>	0,40	1,30	9,30	39,30	48,60	48,90
<b>Marino</b>	9,20	76,40	52,00	179,10	223,30	260,00
<b>Capturado</b>	630,00	288,90	596,50	498,60	399,20	508,50
<b>Navegación Fluvial</b>	0,20	0,60	0,40	0,30	0,20	0,40
<b>Marino</b>	629,80	288,30	596,10	498,30	399,00	508,10

**Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura**

## 2.7. Análisis actual del sector

Actualmente en el país el sector acuícola tiene un gran empuje debido a las grandes iniciativas que tienen los organismos encargados del mismo, como es el caso del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), el Instituto Nacional de Pesca (INP). Estas iniciativas promueven el desarrollo y la expansión del cultivo de muchas especies como es el caso del camarón, cangrejo, calamar, entre otras; así como el control y cuidado que debe partir desde los criaderos hasta las personas que venden estos productos.

Si se analiza dentro del sector acuícola, se puede decir que la tilapia no ha tenido tanto desarrollo en el país, pudiéndose considerar como un sector poco explotado de la economía, una vez analizados los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador se pudo determinar que este producto tuvo un declive sumamente importante, disminuyendo hasta un 99% en las exportaciones en el 2013; es decir que en ese año el Ecuador no produjo y

no pudo mantener una media de exportación. De acuerdo al diario (El Universo, 2012) las exportaciones de tilapia tuvieron una caída de hasta un 24% en el 2011 con respecto al 2010 en el segmento filetes de pescado congelado, pero ha tenido un crecimiento en cuanto al filete fresco de pescado y a la venta de tilapia viva.

El decrecimiento de las exportaciones de tilapia congelada se ha suscitado por la gran competencia internacional que tiene el Ecuador con respecto a este producto, lo que ha desplazado la demanda internacional al mercado asiático ya sea por sus bajos precios y por la cantidad que produce.

En la figura 10, se detallan las provincias donde se realiza la pesca y la acuicultura siendo las provincias de Manabí y Guayas las más beneficiadas, de acuerdo a (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2013)



**Figura 12: Ubicación Geográfica Sector Pesquero y Acuícola**  
Fuente: Pro Ecuador

## 2.8. Asociatividad del sector acuícola producto tilapia.

Una vez que se ha analizado el sector y los diferentes lugares donde se cultiva la tilapia se puede realizar una pregunta ¿Se necesita de la asociatividad para potenciar el sector?

De acuerdo a las estadísticas presentadas en el siguiente gráfico, se puede determinar el volumen de producción y el volumen de exportación de

Ecuador en los últimos años, cabe recalcar que analizando los datos la cantidad destinada a la exportación supera en más del doble a la cantidad exportada, llegando a la conclusión de que la oferta exportable podría ser alcanzada sin ningún inconveniente.

**Tabla 4**

**Producción nacional y cantidad exportada**

<b>PRODUCCIÓN DE TILAPIA</b>			
<b>Periodo 2000-2011 (Expresado en Kilos)</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Cantidad exportada</b>	<b>Producción para exportación</b>	<b>Producción nacional estimada</b>
2000	3.447.195	10.772.484	13.465.605
2001	5.159.163	16.122.384	20.152.980
2002	6.903.441	21.573.253	26.966.566
2003	9.726.618	30.395.681	37.994.602
2004	10.411.734	32.536.669	40.670.836
2005	10.932.155	34.162.984	42.703.730
2006	11.118.894	34.746.544	43.433.180
2007	12.390.356	38.719.863	48.399.828
2008	9.149.151	28.591.097	35.738.871
2009	10.178.081	31.806.503	39.758.129
2010	8.493.342	26.541.694	33.177.117
2011	8.162.725	25.508.516	31.885.645
2012	8.381.359	26.191.747	32.739.684

**Fuente: MAGAP**



**Figura 13: Cantidad de Tilapia Exportada**  
**Fuente: MAGAP**

Según los datos presentados por Pro-Ecuador existen tres empresas que controlan el mercado nacional con el 100% de participación de tilapia y son las principales exportadoras de este producto, a continuación se puede observar los datos:

**Tabla 5**

**Principales empresas productoras/exportadoras de tilapia Ecuador**

Compañía	Cuota de mercado (2013)
Aquamar S.A	55,51%
Produmar S.A	22,42%
Industria Pesquera Santa Priscila S.A	22,07%

**Fuente: Pro Ecuador**



**Figura 14: Cultivos empresas productoras/exportadoras Ecuador**  
**Fuente: Pro Ecuador**

Teniendo como referencia los datos obtenidos de Pro-Ecuador, se puede analizar que las empresas AQUAMAR S.A, PRODUMAR S.A e INDUSTRIA PESQUERA SANTA PRISCILA, monopolizan el mercado por lo que los pequeños productores quedan rezagados, ya que no solo son empresas productoras sino también exportadoras, es por ello que no es beneficioso asociarse con otras empresas ya que no existen muchos productores.

## 2.9. Análisis de los mercados potenciales para la exportación de Tilapia.

**Tabla 6**

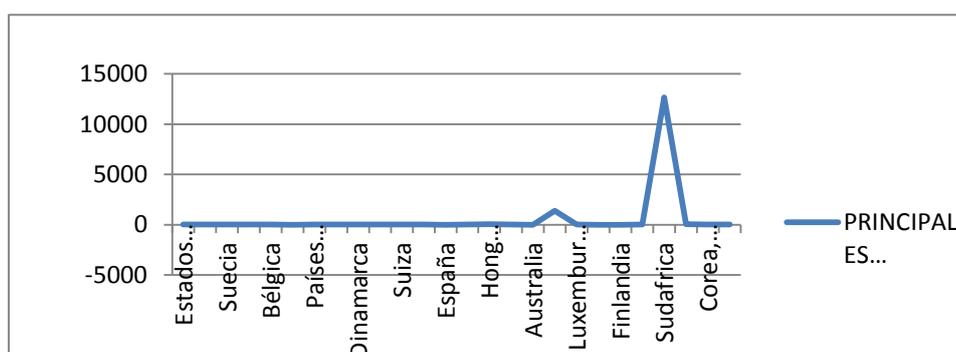
### Partida arancelaria

<b>Sección I</b>	Animales vivos y Productos del Reino animal
<b>Capítulo 03 :</b>	Pecados y Crustáceos y demás invertebrados acuáticos.
<b>Partida Sistema Armonizado 030419</b>	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados
<b>Código Producto Nandina : 0304190010</b>	Los demás

**Fuente: SENA, Arancel Nacional Integrado**

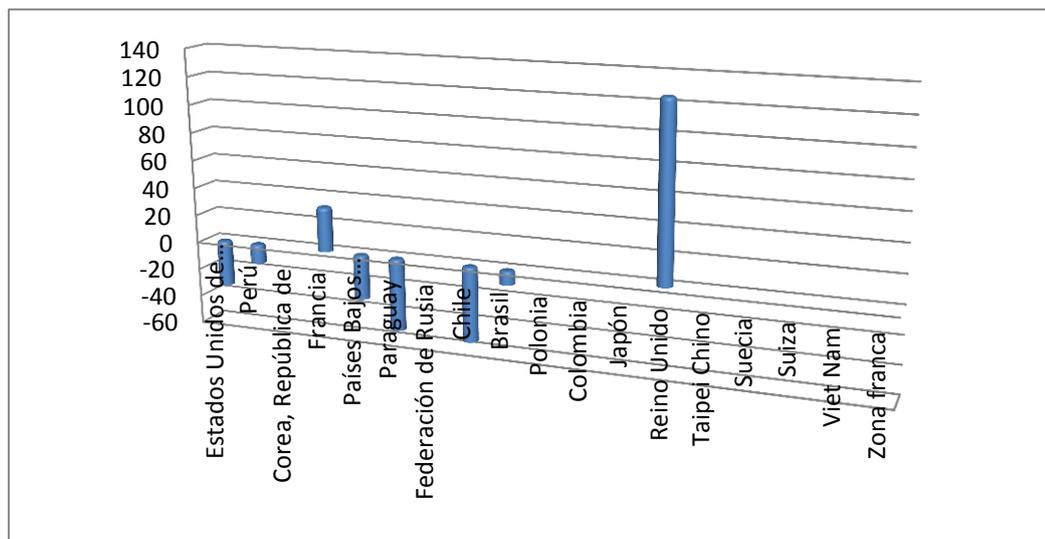
Una vez analizados los datos encontrados en TradeMap se puede deducir que la mayoría de países importadores de tilapia tienden a demandar más producto, esto es algo positivo dentro del sector debido a que se podría pensar en buscar un nuevo mercado internacional para la tilapia. En cuanto al principal socio comercial EEUU, éste demanda el producto del mercado asiático siendo el principal país importador de tilapia en el mundo.

Entre los puntos más relevantes que se puede analizar en la figura 13, es que países como Reino Unido, Lituania, Colombia, Sudáfrica, Australia tiene interesantes porcentajes de crecimiento analizando desde el año 2009-2013.



**Figura 15: Principales países importadores partida 0304190010**  
Fuente: Trade Map

El Gráfico detallado a continuación muestra los principales países a los cuales Ecuador exporta la partida 0304190010, aquí se puede apreciar los porcentajes de decrecimiento en cuenta a nuestros principales socios comerciales como son: EEUU, Francia, Reino Unido de hasta -11% y hasta -69 % en la tasa de crecimiento analizando valores desde el 2009 hasta el 2013.



**Figura 16: Principales países de exportación partida 0304190010**  
**Fuente: Trade Map**

## 2.10. Análisis Macro Ambiental de Ecuador

Ecuador es un país democrático, conformado por 5 poderes: Poder Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral y Control Social, está representado por el Eco. Rafael Correa Delgado como presidente constitucional desde 2007 hasta la actualidad en donde ha modificado muchas políticas tanto en el ámbito interno como exterior. Entre las principales políticas internas está el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, que ha sido el instrumento de desarrollo por el cual el Ecuador ha apostado en los últimos años.

De acuerdo a la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 entre las políticas más sobresalientes se puede mencionar las siguientes que corresponden al objetivo 2 y el objetivo 10 : busca la distribución equitativa de la riqueza del país en todos los sectores, además busca cambiar la matriz productiva del país adoptando políticas muy puntuales como es el caso de las salvaguardas que buscan proteger ciertos sectores estratégicos del país y la renuncia a los TLC y a los acuerdos de cooperación económica impulsados por EEUU y Europa. En cuanto a la política financiera ha dado garantías a las políticas de trabajo y salariales incrementando los sueldos, y mejorando

las condiciones de trabajo al suprimir condiciones terciarias y obligando a los empleadores a afiliar de manera obligatoria a sus trabajadores.

De igual manera en el ámbito internacional la política ecuatoriana ha sido la de expandir nuevos mercados mediante acuerdos internacionales ofreciendo a los importadores la posibilidad de escoger el mercado más conveniente para su producto. Además se ha buscado el financiamiento externo para los proyectos estratégicos como es el caso de hidroeléctricas.

Una de las políticas a la cual se le ha dado prioridad en los últimos años y por la cual se busca potenciar la economía ecuatoriana es a través del incentivo a los mercados internos y al ahorro nacional sustituyendo las importaciones e impulsando las exportaciones.

Ecuador en los últimos años busca una expansión de mercados internacionales de acuerdo al diario (El Universo, 2014) buscaría incrementar las relaciones comerciales específicamente con países Asiáticos y Africanos en donde posiblemente se pensará en la creación de nuevas embajadas, pero esto no quiere decir que se margine únicamente a la exportación de productos ecuatorianos al extranjero si no que se llegará a la cooperación científica-tecnológica y al desarrollo del talento humano. Con respecto a la integración regional, Ecuador siendo sede de la UNASUR busca potenciar el papel de este bloque regional y mejorar los acuerdos con la CARICOM (Comunidad del Caribe).

De acuerdo a expertos en temas políticos, el Ecuador apuesta por políticas sociales en donde la sociedad sea la más beneficiada, según (Machado, 2014) periodista y consultor internacional, dice: “Este rescate del keynesianismo y el intento acelerado por aproximarse a lo que podrían ser los primeros peldaños hacia un Estado de bienestar, implica también un modelo sociopolítico donde el poder se ejerce a través de un creciente autoritarismo” , y según (Espinoza, 2014) Director de la Cámara de Comercio ecuatoriana-americana dice: “Se ha invertido demasiado capital político en un par de ideas muy equivocadas sobre el óptimo funcionamiento del

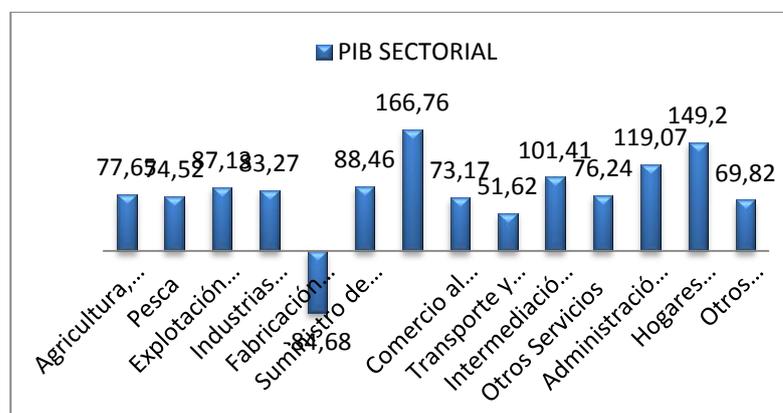
comercio exterior con la buena intención de promover el cambio de matriz productiva.”

Una vez analizado el perfil político ecuatoriano se puede determinar que todos los esfuerzos están direccionados a un desarrollo interno en donde la equidad de la distribución de la riqueza y la inversión interna en proyectos estratégicos impulsen las metas planteadas por el gobierno para poder cambiar la matriz productiva ecuatoriana, pero con respecto a la política internacional el Ecuador apuesta mucho al proteccionismo utilizando estrategias como salvaguardas e imponiendo requisitos para que los productos importados puedan ingresar al país. Ecuador está buscando otros mercados internacionales para no depender de un solo mercado internacional como es Estados Unidos, pero la pregunta es si a Ecuador le favorecen y en qué medida la apertura de nuevos mercados para reemplazar a los que ya tenemos, esto solo se podrá saber con el tiempo y de acuerdo a los políticas comerciales que Ecuador incorpore, ya que como se ha visto en el caso particular del sector tilapia, las cantidades exportadas han descendido drásticamente. Lo más probable es que Ecuador mantendrá la misma línea que ha venido siguiendo a través de estos últimos años protegiendo al mercado interno y tratando de aperturar nuevos mercados para introducir los productos, llegando esto a ser una oportunidad.

- **Aspecto Económico**

Dentro de los aspectos económicos se debe analizar el PIB como principal indicador dentro del desarrollo interno, ya que de acuerdo a (Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos, 2011) el PIB “mide el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de una nación en un año determinado”, es decir con esta herramienta se puede analizar el estado de la matriz productiva del Ecuador, si las políticas implementadas por el gobierno de una u otra forma están ayudando a la producción ecuatoriana como se ha venido pensando en estos últimos años.

Una vez analizado la figura 15 descrita a continuación se puede determinar que cada uno de los sectores que conforman el PIB ha tenido un crecimiento notable, excepto la refinación de productos del petróleo. Con respecto al sector pesquero ha crecido un 74.52%, es decir ha tenido un crecimiento promedio, en la actualidad existe gran apoyo del gobierno a éste sector; según la (Cámara de Comercio de Acuicultura) en una de sus publicaciones menciona que: “Se están haciendo esfuerzos para que los aranceles impuestos al Ecuador en cuanto al camarón bajen y así se pueda exportar con facilidad, existen muchos otros nuevos productos acuícolas que se les está publicitando para que puedan ser exportados”. Con respecto a la tilapia se están implementando nuevas técnicas para su cultivo como así lo describe la revista (Journal of the world Aquaculture society, 2008) en donde se ha demostrado que el cultivo entrelazado entre el camarón y la tilapia pueden generar resultados positivos para ambas especies, en conclusión existe una relación ventajosa entre el gobierno y los sectores privados que siempre velan por el beneficio de los productores ecuatorianos.



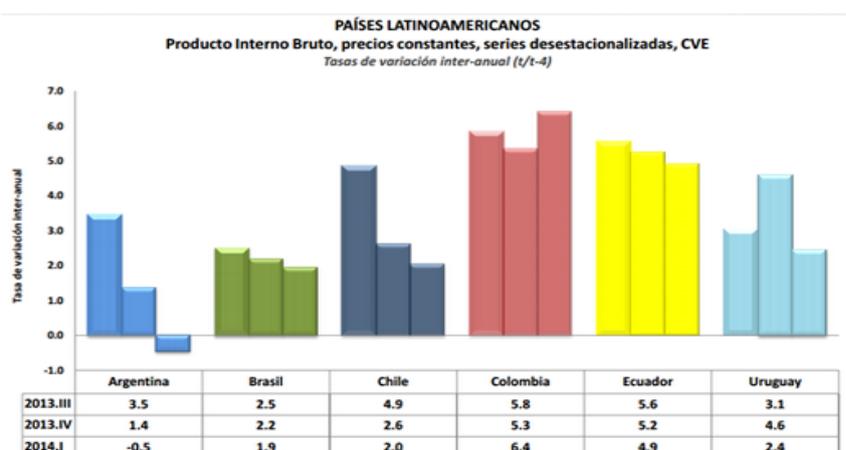
**Figura 17: Crecimiento del PIB**  
**Fuente: Banco Central del Ecuador**

Según (Vicepresidencia de la Republica , 2013) indica: “que el PIB del Ecuador ha crecido un 4.3% siendo el más alto de la región”, y de acuerdo al (Financiero, 2014) señala: “que el crecimiento del Ecuador en el 2014

oscilará entre los 4 y 5,1 % por debajo de Panamá, Bolivia, Perú y Nicaragua que oscilarán entre los 7 y los 5 puntos”.

De acuerdo a la (Revista Ekos, 2014) en la sección de actualidad económica expresa: “De acuerdo a la Universidad Intercultural de México el PIB se incrementará en un 4.03% mientras que el Banco Central asume que aumentará en un 4,05%” estas cifras están muy alejadas de lo que en el 2013 se pensaba que iba a aumentar.

Acorde al siguiente gráfico para el primer trimestre el Ecuador tiene un PIB del 4.9, y esto significa que ha bajado unos puntos en relación con los trimestre anteriores del 2013, entre los principales sectores se puede encontrar: petróleo y minas, construcción, técnicas administrativas y manufactura tal y como lo dice (Poderes, 2014): “Los sectores que contribuyeron en mayor escala a este incremento anual fueron: Petróleo y Minas, 1,20%; Construcción, 0,84%; Actividades profesionales, técnicas y administrativas, 0,58%; y Manufactura, 0,50%”. Esto quiere decir que en el paso de un año, los sectores antes mencionados han presentado una mayor solidez y han aportado a un mayor crecimiento económico. Por otro lado, los sectores que más crecieron en este periodo fueron Acuicultura-Pesca de Camarón, y Refinación de Petróleo.



**Figura 18: Crecimiento del PIB países latinoamericanos**  
**Fuente: Banco Central**

- **Inflación**

Según (ecolink): “Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.” En la siguiente figura se muestra como varía la inflación desde 1.71% en el mes de Septiembre del 2013 hasta su nivel más alto en el año 2014 con 3.41%, como podemos analizar la inflación está a la alza en estos últimos meses.



**Figura 19: Inflación Ecuador**  
**Fuente: Banco Central del Ecuador**

De acuerdo al (Banco Central del Ecuador, 2014) “La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos.” Con esta información se puede apreciar que los precios de los artículos de la canasta básica están en aumento, cabe mencionar que hoy en día los principales servicios como es el caso del gas que para el 2016 pasará a tener precio internacional de 15 dólares el cilindro, y de igual manera la tarifa de luz eléctrica que el gobierno del Ecuador en estos últimos meses ha incrementado en 0.01 centavos el kilovatio (de acuerdo al nuevo pliego tarifario para las empresas eléctricas aprobado con resolución Nro. (058/14); esto en conjunto influye al crecimiento de la inflación. De acuerdo (El Comercio, 2014) dice: que un factor clave para que la inflación se mantenga

parece ser la ausencia de fenómenos naturales de magnitud que suelen destruir cultivos y cosechas generando una menor oferta de productos y el alza de su precio y según el (Fondo Monetario Internacional) comenta: “El Fondo eleva su previsión de hace seis meses sobre la inflación de Ecuador para 2014 en cuatro décimas, hasta un 2,8 %, y prevé una subida de los precios algo inferior, un 2,6 %, para 2015.”

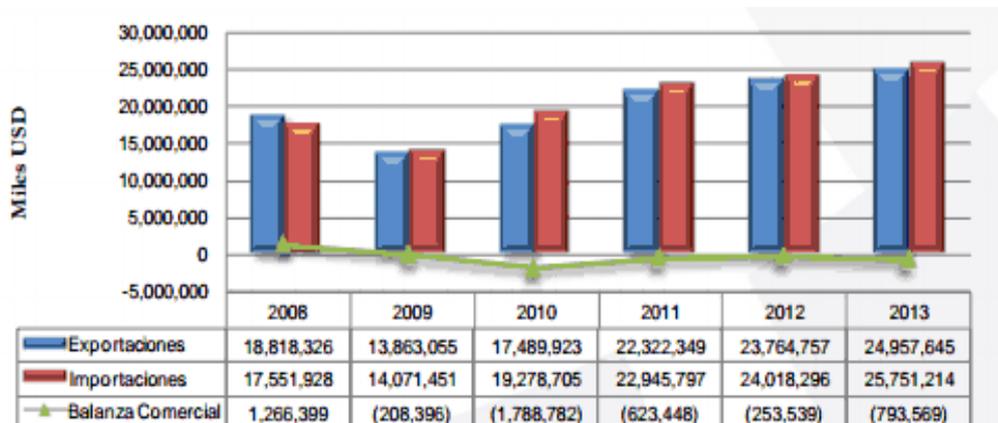
Una vez que se ha leído los análisis realizados por expertos se puede decir que la economía de Ecuador tiene una breve estabilidad en cuanto a la inflación, aunque poco en poco se está incrementando, de acuerdo a datos del Banco Central se puede observar que en septiembre del 2014 la inflación ya ha alcanzado un máximo de 4.19 %, nada de lo esperado de acuerdo al análisis de diferentes grupos como el Fondo Monetario Internacional, muchos son los factores que influyen en el crecimiento de la inflación que si no son controlados a tiempo pueden generar estabilidad económica.

La inflación según los datos y estadísticas sigue incrementando algunos puntos, desde enero a septiembre hubo un incremento del 1.27% lo que vendría a ser una amenaza, ya que si los precios se incrementan significa que muchos servicios también incrementaron sus costos lo que influirá directamente en los costos de producción haciendo el producto ecuatoriano menos competitivo.

- **Balanza comercial**

Según (Pro Ecuador) la balanza comercial es: “Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones”. De acuerdo a datos encontrados en Pro Ecuador se determina que el principal producto de exportación del Ecuador es el petróleo seguido de los productos tradicionales de exportación que son: banano, camarón, cacao, café, flores y atún. Según (Pro Ecuador) dice que el Ecuador ha tenido saldos negativos

en su balanza comercial durante los últimos 5 años presentado en los dos últimos una recuperación tal y como se muestra en el siguiente gráfico.

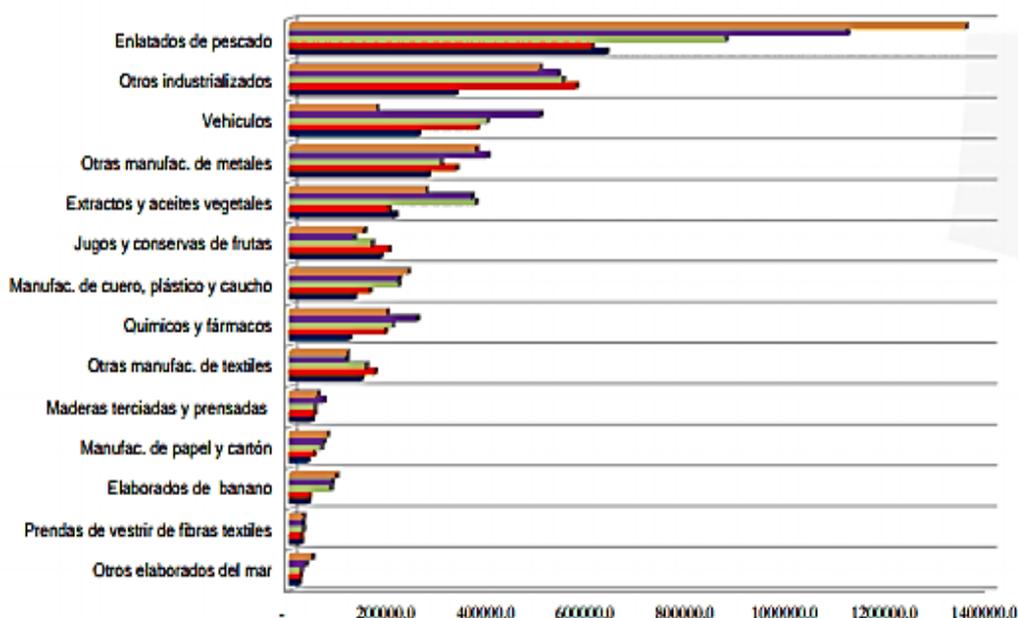


**Figura 20: Balanza Comercial del Ecuador**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia comercial e inversiones, Pro Ecuador.

Cabe indicar que existen muchos otros productos que no son considerados como tradicionales, pero que en estos últimos años han tenido una gran importancia como se puede apreciar en el siguiente gráfico:



**Figura 21: Productos no tradicionales**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según (Acosta, 2014) dice: “la política de restricción de importaciones es una medida que da resultado puntual y temporal. Así, durante varios meses el Gobierno ha restringido ciertas importaciones, pero al existir dinero en la economía, la liquidez se destina a otros y otros productos importados”.

Pero según (Uquillas, 2014) se refiere a la balanza comercial positiva diciendo “los resultados pueden verse alentadores a nivel macroeconómico, pero la baja en las importaciones ha generado menos variedad de productos, disminución de puestos de trabajo y reducción en los impuestos”, finalmente según (Banco Central del Ecuador, 2014) dice: “lo que benefició a las cifras de comercio exterior es que las exportaciones totales crecieron 4,3% impulsadas por el área no petrolera (repunte del 13%), mientras las importaciones del país cayeron 2% (\$ 167,9 millones)”.

En conclusión el gobierno de Ecuador ha tomado ciertas medidas internacionales para poder frenar el déficit de la balanza comercial, tales medidas han causado un impacto notorio ya que ciertos productos cuentan con restricciones para ingresar al país, lo cual ha desgastado las relaciones comerciales con los países vecinos puesto que consideran estas restricciones como amenazas para el comercio de la región tal y como afectó a las exportaciones peruanas la Resolución 116 emitida por la República del Ecuador, lo cual fue rechazado por la Secretaria General de la CAN hasta en dos oportunidades, si bien el gobierno ecuatoriano ha luchado por imponer estas políticas para mejorar la balanza comercial, se debe recordar que las restricciones no serán eternas y que si el Ecuador quiere mejorar y disminuir su déficit comercial debe trabajar en sectores como calidad y productividad.

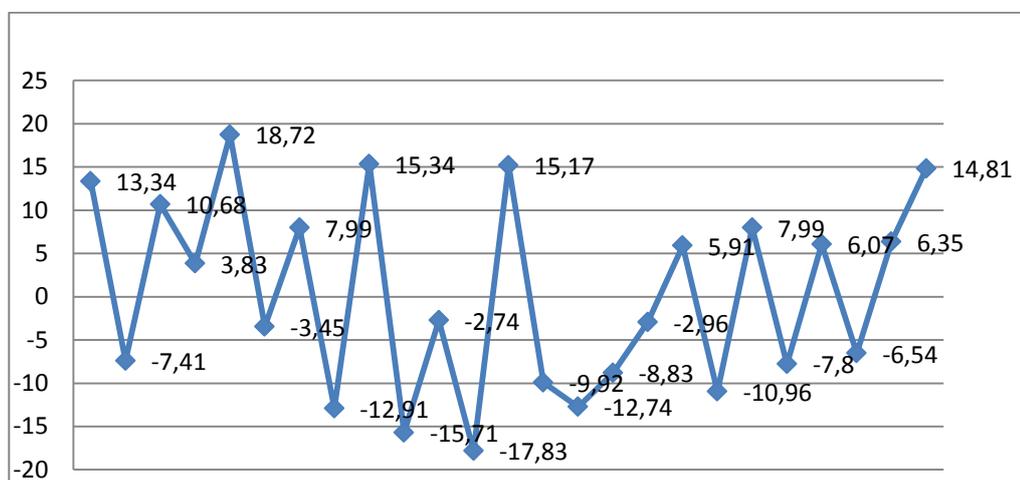
El gobierno ecuatoriano continuará implementando políticas para frenar el déficit en la balanza comercial sea que estas afectan o no las relaciones comerciales con otros países, las políticas implementadas para la balanza comercial llegan a ser una amenaza para los exportadores ecuatorianos porque al igual que el Ecuador pone restricciones , cupos para el ingreso de productos importados puede que las mismas políticas sean utilizadas para

los productos ecuatorianos como por ejemplo podemos citar la no renovación de las ATPDEA que quitaron competitividad al producto ecuatoriano.

- **Aspecto Social**

Dentro de un estado según la (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) el aspecto social se refiere a la satisfacción de las necesidades humanas a través del conocimiento, tecnología y ciencia teniendo como eje fundamental el respeto a la naturaleza. El objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir busca la integración de todas las organizaciones económicas sean estas públicas, privadas, populares y solidarias.

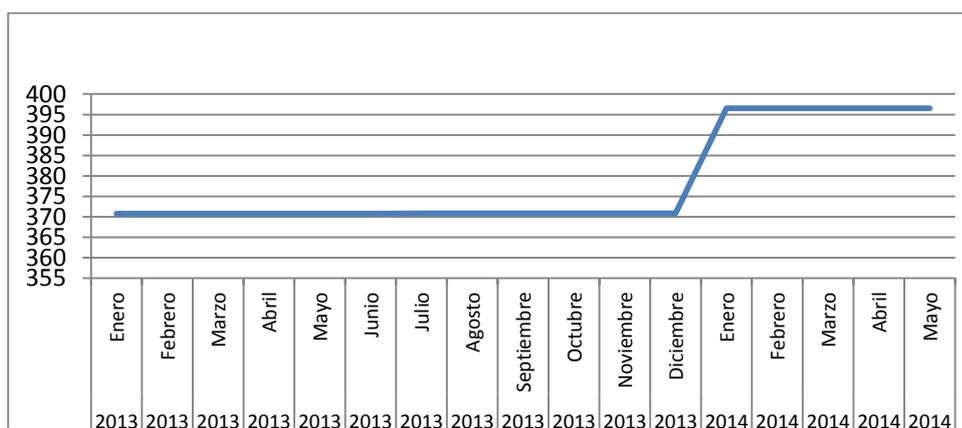
En el Ecuador la tasa de desempleo ha variado en los últimos años siendo marzo del 2010 la más alta y Septiembre del 2013 la más baja con 4.57%, en el último mes registrado la tendencia es a la alza pasando a ser el más alto valor de los últimos dos años.



**Figura 22: Tasa de desempleo urbano Ecuador**  
**Fuente: Banco Central del Ecuador**

Con respecto al salario básico unificado podemos decir que según (Gerencie.com, 2012): “El sueldo básico hace referencia a la parte de salario que es fija, que se pagará sin importar que cumplan determinadas

condiciones, sin importar que se presenten x o y hechos o circunstancias”. El actual gobierno dentro de sus principales estrategias tiende a aumentar el salario básico denominado salario de la dignidad, donde mediante una reunión con el gremio de los trabajadores y empresarios proponen un incremento de acuerdo a las circunstancias. En el siguiente gráfico se puede demostrar tal incremento.



**Figura 23: Salario Básico Unificado**  
**Fuente: Banco Central del Ecuador**

A finales del 2013 según (El Telegrafo, 2014) en el enlace ciudadano 354 del Presidente Rafael Correa anunció el incremento salarial de 22 dólares y menciona que desde el 2007 se ha incrementado un 40% el salario real.

El aspecto social del Ecuador de acuerdo a lo que nos dice la (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) plantea una mejora donde los ecuatorianos puedan tener un desarrollo digno disminuyendo la pobreza e incrementando la productividad.

El Estado ecuatoriano piensa invertir en el 2014, 7.037 millones de dólares en el área social a lo cual (Vaca, 2013) dice: “Toda esta inversión corresponde a todos los proyectos de inversión que permiten que toda la política y los programas sociales se consoliden y se invierta en cambios que generen impacto en la política social”

Según (Condo)Trabajadora Social y Master en Desarrollo Local y Regional y Docente de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil dice: “la mayoría de países han realizado inmensos esfuerzos para incrementar el presupuesto del Estado destinado al cumplimiento de las políticas sociales para la población, históricamente focalizada a los grupos identificados como “vulnerables” en cada región”.

Una vez analizados estos conceptos se puede decir que Ecuador ha trabajado en la parte social invirtiendo en grupos sociales vulnerables como es el caso de la construcción de hospitales focalizándose en el tema salud, de igual manera incrementando el bono de desarrollo humano para todas aquellas personas que se encuentra en extrema pobreza, en resumen ha invertido en temas de infraestructura social en donde la población económica media y baja son los más beneficiados. Pero con respecto a la estabilidad laboral existen muchas controversias, según (La Hora, 2014) en la parte pública existe mucha inestabilidad en donde sus trabajadores la mayoría tienen contratos ocasionales que duran solo 12 meses y en el caso de que se requiera un nuevo contrato se extenderá por 1 año más, el gobierno ecuatoriano a impuesto políticas obligatorias de afiliación social, pero existen muchas personas que no ven esto como una salida ya que no pueden mantener su plaza de trabajo por determinado tiempo. En el transcurso de estos 7 años de gobierno se han visto muchos despidos masivos en el sector público llevando a que las personas vayan a trabajar en empresas privadas o simplemente busquen emprender su propio negocio como un ejemplo podemos citar en: (Maldonado, 2011): “El Gobierno puso en marcha un programa de despidos masivos en el sector público, eufemísticamente llamado ‘compra obligatoria de renunciadas’, en donde más de 4000 burócratas serán separados de sus puesto de trabajo.

En si el aspecto social todavía no se encuentra estabilizado en su totalidad, muchas políticas como aumentos de sueldos o los contratos ocasionales no brindan seguridad a la población ecuatoriana que en muchos

de los casos no saben que podría pasar con su futuro llegando a ser una amenaza.

- **Aspecto Tecnológico**

Para analizar el entorno tecnológico ecuatoriano se debe tener en cuenta dos parámetros importantes que son: la innovación de procesos y los cambios en la tecnología, estos parámetros son identificados en la balanza de servicios y en el crecimiento del PIB por industrias.

Analizando la balanza de pagos en el rubro servicios se puede identificar que existe un saldo negativo de -1472.7 millones de dólares, lo que significa que el Ecuador importa más servicios de los que presta y por ende no existe un cambio en la tecnología del país, es por ello que tenemos una limitada producción de bienes y servicios.

Con respecto al crecimiento por industrias y una vez revisados los datos del PIB se pudo determinar que la mayoría de industrias en los últimos años tuvieron un crecimiento superior al 50% con excepción de la Fabricación de productos de la refinación de petróleo que tuvo un decrecimiento del - 84.66% tomando en cuenta desde el 2007 hasta el 2014 lo que significa que los procesos productivos han tenido una mejora lo que se ve reflejado en el PIB sectorial y por ende nacional.

Dentro del Ecuador el aspecto tecnológico no se lo ve desarrollado en los últimos años debido a que las industrias siguen utilizando tecnologías obsoletas que de una u otra manera detienen el desarrollo del país y se pierde competitividad con respecto a otros países competidores y peor aún frente a países vecinos. Según (Ramírez R. , 2013), “los países en vías de desarrollo deben salir de la importación de tecnología sin las salvaguardias a nuestras economías. Y más bien, con ayuda de los acuerdos regionales de integración como fuente de financiamiento, debemos pasar a una real Ciencia para el Desarrollo”, según (El Telegrafo, 2014) Ecuador destina el 0.35 del PIB para el I+D.

El reto es alcanzar, no el óptimo, pero por lo menos el mínimo recomendado por la Unesco que es del 1%”.

De acuerdo a los diferentes análisis expuestos se puede concluir que el Ecuador no está aportando con invertir en I+D para generar un desarrollo y poder cumplir con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que es cambiar la matriz productiva del país, se debe tener en cuenta que cambiar la matriz productiva no solo es dejar de importar sino implementar mejoras en la producción; si bien se ha invertido en infraestructura como es el caso de las Hidroeléctricas, se debería financiar otro tipo de tecnologías que permitan al Ecuador ser más competitivo.

El aspecto tecnológico en el Ecuador es una amenaza debido a que no existe un cambio significativo en la producción del Ecuador, si bien es cierto una vez que se analizó el PIB se pudo observar un incremento significativo en los diferentes sectores, pero esto se ha venido dando por las diferentes políticas de restricción a las importaciones que ha impuesto el gobierno ecuatoriano como se ha mencionado en el análisis de la balanza comercial según el autor (Acosta, 2014).

### **2.11. Análisis del aspecto Macro Ambiental de Lituania**

Según (Espona, 2013) dice que Lituania es un país que tiene una dimensión geográfica de apenas 65300 km<sup>2</sup> a orillas del Océano Atlántico con 3,5 millones de habitantes, su sistema político es plenamente europeo cuya constitución fue reformada en el 2006, su nuevo presidente ejecutivo es de tendencia social democrático, lo cual podría ser beneficioso para las relaciones comerciales con el Ecuador ya que tiene la misma tendencia política que el mandatario Rafael Correa.

Dentro de las políticas internacionales Lituania forma parte de la Unión Europea desde el 1 de mayo del 2004. De acuerdo a la (Oficina Económica y comercial de España, 2012) Lituania tiene como principal socio comercial a Rusia (proveedor único de petróleo y gas) y también mantiene relaciones comerciales con Bielorrusia y Ucrania.

De acuerdo a (Oficina de Información Diplomática, 2014) entre las principales políticas de gobierno se encuentran el incentivo al sector industrial al cual favorece mediante exenciones y reducciones fiscales, reducción de impuestos para aquellas personas que se dedique a generar empleo, realcen actividades productivas o realicen proyectos basados en el I+D y por último disminuir el desempleo mediante políticas educativas que se adaptan a la demanda laboral.

Con respecto a las políticas de comercio exterior según (Oficina de Información Diplomática, 2014) Lituania como actual presidente de la Unión Europea favorece la iniciativa de acercamiento con Europa Oriental donde pide mayor atención y equidad tal y como tiene los países del sur de Europa. Tiene como principal mercado el de EEUU y Rusia. Con respecto a Ecuador según (Albuja, 2012) “Ecuador y Lituania tienen la necesidad de poner en marcha en el corto plazo mecanismos de consulta política y de cooperación en áreas de interés de los dos países, a fin de profundizar la relación política y comercial”. Ecuador busca una relación diplomática directa incursionando en los países balcánicos en donde existe mucho interés de poner nuestros productos.

Entre las principales políticas de Lituania está la adhesión a la Eurozona en un intento por estabilizar la crisis que han afrontado en estos ultimo años, según (Datosmacro.com, 2013) Lituania tuvo una caída en el PIB del -12.4, lo que significa que la crisis golpeó muy duro a los países del Este de Europa. En la actualidad Lituania tiene varios problemas políticos con Rusia que de acuerdo con (Fernandez, 2013) dice que: “El Kremlin utiliza el comercio para presionar a las antiguas repúblicas soviéticas”, en el transcurso de estos últimos años Rusia ha lanzado prohibiciones a las importaciones a algunos países balcánicos desunidos de Rusia como es el Caso de Ucrania, Georgia y por parte de Lituania existen varios problemas sanitarios en cuanto al Queso y al yogurt.

Con respecto a la política de Lituania es un país con gran cantidad de problemas externos principalmente con su principal mercado que es Rusia,

puesto que tiene frontera con Lituania. La política de Lituania se fundamenta en la asociación regional motivo por el cual ha decidido ingresar a la Eurozona y a la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), además busca que países como Ucrania se sumen a un área de libre comercio, es decir busca generar nuevas relaciones comerciales.

Lituania ingresará a la Unión Europea, lo que beneficiará las relaciones comerciales con Ecuador que en estos últimos años ha buscado la manera de poder ingresar al mercado europeo teniendo acercamientos para firmar un posible acuerdo comercial, lo que para Ecuador supone una oportunidad.

- **Aspecto Económico**

De acuerdo a los datos encontrados en (Datosmacro.com, 2013) se puede observar la evolución del PIB de Lituania teniendo como dato más bajo en el 2009 cuando hubo la crisis mundial con un caída de 14 puntos en su PIB, en la actualidad sigue recuperándose de la crisis, pero tiene varios inconvenientes políticos con su vecino Rusia quien ha prohibido las importaciones de ciertos productos con el afán de presionar políticamente a los países ex-soviéticos pudiendo afectar directamente la economía de este país siendo Rusia su principal socio comercial.

**Tabla 7**

**PIB de Lituania**

Fecha	PIB Mill. €	Var. Anual
2013	34.631 €	3,30%
2012	32.940 €	3,70%
2011	30.959 €	6,00%
2010	27.710 €	1,60%
2009	26.654 €	-14,80%
2008	32.414 €	2,90%
2007	28.739 €	9,80%
2006	24.104 €	7,80%
2005	20.969 €	7,80%

**Fuente: Datos Macro**

Según (Oficina Económica y comercial de España, 2012) las principales actividades comerciales de Lituania son: las manufacturas, el comercio, transporte y comunicaciones y por ultimo otros servicios.

**Tabla 8**

**PIB Sectorial de Lituania**

PIB (por sectores de origen y componentes del gasto)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)
<b>POR SECTORES DE ORIGEN</b>				
<b>AGROPECUARIO</b>	3,9	3,6	3,3	3,3
Agricultura	n.d	n.d	n.d	n.d
Ganadería	n.d	n.d	n.d	n.d
Silvicultura y Pesca	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>MINERÍA</b>	0,5	0,4	0,3	0,4
<b>MANUFACTURAS</b>	18,6	18,1	16,4	18,2
<b>CONSTRUCCIÓN</b>	10,2	10	6,4	5,7
<b>COMERCIO</b>	16,7	17,1	16,9	17,1
<b>HOTELES, BARES Y RESTAURANTES</b>	1,3	1,3	1,4	1,2
<b>TRANSPORTE Y COMUNICACIONES</b>	12,8	12,2	13,8	15,2
<b>ELECTRICIDAD Y AGUA</b>	3,3	3,1	3,9	3,7
<b>FINANZAS</b>	3,3	3,3	2,3	2,4
<b>PROPIEDAD DE VIVIENDA</b>	13,0	13,4	14,3	13,7
<b>ADMINISTRACIÓN PÚBLICA</b>	6,5	6,7	7,5	6,9
<b>OTROS SERVICIOS</b>	10,0	10,8	13,5	12,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Fuente: Departamento de Estadísticas Lituano**

De esta tabla se determina que actividades como la pesca, la actividad agropecuaria no tienen gran incidencia en el PIB, ya que de acuerdo con (Oficina Económica y comercial de España, 2012) en un análisis similar realizado en el 2010 claramente analizaban la disminución paulatina de actividades como la agrícolas debido principalmente al aumento en los costes y los bajos sueldos que en muchos de los casos el análisis ha salido como no rentable, de igual manera el sector pesquero aporta con el 0.1 % al PIB.

Según (Cano, 2012) la economía de Lituania ha crecido un 5,4% un desempeño netamente alto con respecto a los países de la eurozona que solo ha crecido un 1.5%, de acuerdo a estos datos los principales motores de la economía Lituania son el comercio exterior y las manufacturas, pero de acuerdo a (Datosmacro.com, 2013) Lituania termino con un déficit del 3.20% del PIB.

Lituania es un país que se está recuperando de la crisis mundial surgida en 2009, su PIB tiene como principales factores los servicios y el comercio, depende extremadamente de la energía producida por Rusia como es el gas y el petróleo, además cabe recordar que para poder adherirse a la Unión Europea, Lituania tuvo que cerrar un reactor nuclear el cual proporcionaba energía para poder realizar sus actividades económicas, y esto impacta directamente en la economía del país.

Lituania no podrá mantener el crecimiento alcanzado hasta ahora, los problemas de prohibición de importaciones afectarán de manera directa en la economía del país que depende de las exportaciones realizadas a Rusia, lo que se convierte en una amenaza debido a que al depender altamente de un país evita que crezca y se pueda desarrollar con total libertad.

- **Balanza Comercial**

Lituania según (Oficina Económica y comercial de España, 2012) tiene como principales socios comerciales la zona geográfica del UE, entre los principales países a los cuales exporta se encuentran: Rusia, Alemania, Letonia, Estonia. En el siguiente cuadro se podrá visualizar los principales países a los que exporta Lituania, cabe recalcar que no realiza exportaciones o si las realiza son muy pequeñas con respecto de los países sudamericanos. Las principales partidas arancelarias de importación de Lituania son: 27: Combustibles minerales, aceites minerales y productos de destilación, materias bituminosas y ceras minerales, la partida 87 vehículos y la partida 85 correspondiente a reactores nucleares, calderas, máquinas y aparatos mecánicos de acuerdo a (Departamento Estadístico Lituano, 2012)

Tabla 9

## Principales países de exportación

PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES	2008	2009		2010		2011	
Datos en MC			%		%		%
Rusia	2582,4	1562,3	13,2	2449,8	15,7	3341,4	16,6
Letonia	1865,8	1187,2	10,1	1464,9	9,4	2061,6	10,2
Alemania	1151,1	1142,1	9,7	1547,1	9,9	1875,2	9,3
Polonia	929	847,7	7,2	1210,3	7,7	1408,6	7
Estonia	918	828,5	7,0	789,9	5	1339,3	6,6
Holanda	549,3	598,9	5,1	869,4	5,6	1235,6	6,1
Bielorrusia	722,8	557	4,7	822,6	5,3	1044,5	5,2
Reino Unido	743,7	518	4,4	769,8	4,9	836,1	4,1
Francia	776,9	378	3,2	518,8	3,3	832,8	4,1
Suecia	546,1	426,7	3,6	565,8	3,6	719,5	3,6

Fuente: Departamento de Estadísticas Lituano

Con respecto a las importaciones se puede definir que los principales rubros son los combustibles, el cual en el 2012 representan el 33.7% de las importaciones totales según (Oficina Económica y comercial de España, 2012), en el siguiente cuadro se pueden apreciar los principales países proveedores que tiene Lituania.

Tabla 10

## Principales países proveedores de Lituania

PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES	2008	2009		2010		2011	
Datos en MC			%		%		%
Rusia	6329,6	3920,6	29,9	5757,7	32,6	7428,7	32,8
Alemania	2504,6	1486,8	11,3	1861,5	10,5	2205,9	9,7
Polonia	2111,7	1308,3	10	1568,9	8,9	2067	9,1
Letonia	1100,9	841,3	6,4	1116,6	6,3	1502,4	6,6
Holanda	742,1	531,6	4,1	787,4	4,5	1118,4	4,9
Suecia	628,5	355,3	2,7	579,4	3,3	756,4	3,3
Italia	752,5	502,9	3,8	583,3	3,3	715,4	3,2
Bélgica	507,1	389,8	3	576,9	3,3	709,3	3,1
Estonia	612,7	344,2	2,6	504,9	2,9	635,1	2,8
Bielorrusia	361,2	216,8	1,7	300,3	1,7	556	2,5

Fuente: Departamento Estadístico Lituano

Según datos de (Datosmacro.com, 2013) Lituania aún con la recuperación que ha tenido en los últimos años tiene déficit en su balanza comercial en forma general, el principal país al que Lituania compra es Rusia, cabe recalcar que según (Fernandez, 2013) Rusia que actualmente tiene tensas relaciones comerciales con Ucrania prohibió muchas importaciones a Lituania como es el caso de los productos lácteos, esto también se ve afectado en la balanza comercial, además que ha incrementado los registros en las fronteras, razones por las cuales Lituania ha perdido muchos productos que exporta como es el caso de las carnes y pescado por el hecho de que no pueden cruzar la frontera, todo esto se debe a que Lituania que en la actualidad comanda la presidencia de la UE está a favor de firmar un tratado de libre comercio entre Ucrania y la UE. En la siguiente tabla podremos visualizar con qué país Lituania tiene una balanza comercial positiva y con cual tiene una balanza comercial negativa.

<< 2012		Balanza comercial de Lituania según país (2013)	
Países		Balanza comercial	
Ucrania	625,7M.€		
Suecia	-33,4M.€		
Rusia	-2.900,1M.€		
República Checa	-221,3M.€		
Reino Unido	596,5M.€		
Polonia	-677,1M.€		
Noruega	427,1M.€		
Letonia	823,1M.€		
Kazajistán	285,1M.€		
Italia	-612,2M.€		
Irán	213,5M.€		
Holanda	-307,3M.€		
Francia	-151,5M.€		
Finlandia	-173,5M.€		
Estonia	1.118,8M.€		
Estados Unidos	374,7M.€		
Dinamarca	71,8M.€		
Bélgica	-552,4M.€		
Bielorrusia	518,5M.€		
Alemania	-983,8M.€		

**Figura 24: Balanza Comercial de Lituania**  
**Fuente: Datosmacro.com**

Según (Consultoría de internacionalización especializada) “Lituania muestra unos datos económicos muy positivos, los cuales son: el crecimiento medio del PIB de entre el 7 y 8% en los últimos años y un régimen legal y fiscal muy favorable para la instalación de empresas en el país”. Pero con respecto a (Oficina de Información Diplomática, 2014) dice que: “las importaciones de Lituania en 2012 van aumentando progresivamente desde los 193 millones hasta los 300 millones en 2012, mientras que las importaciones en 2012 alcanzaron 300 millones y en el 2013 la cifra se consolidó en 193 millones”.

Lituania es un país que muestra su crecimiento sobrepasando el crecimiento medio del PIB de la Unión Europea además al analizar los datos y tablas presentadas, con el único país que tiene una balanza comercial negativa extremadamente grande es con Rusia el cual es que suministra la mayor cantidad de combustible a Lituania y a toda la región europea, por tanto es un país con una política económica fuerte y que está en crecimiento, es por ello que la UE lo ha tomado en cuenta para formar parte de este bloque económico en el 2015.

Lituania por la presión emergida por Rusia con respecto al comercio internacional entre estas dos naciones perjudicará significativamente a su balanza comercial lo que provocará una pequeña crisis interna. De acuerdo al análisis claramente se puede definir como una amenaza debido a que la gran presión que realiza Rusia sobre sus países vecinos tarde a temprano desembocará en el hundimiento de estas pequeñas economías que en la actualidad están creciendo.

- **Inflación**

De acuerdo a (Trading economics, 2014) la tasa de inflación de Lituania ha ido a la baja, presentando en el último mes una inflación de -0.1% pero esto no siempre es bueno tal y como lo dice (Economía mexicana), “en el caso de la deflación, lo que sucede es que el país se vuelve más pobre y en teoría, la gente deja de comprar debido a que en un futuro los precios serán

más baratos”. En la siguiente tabla y gráfico se puede mostrar los siguientes datos

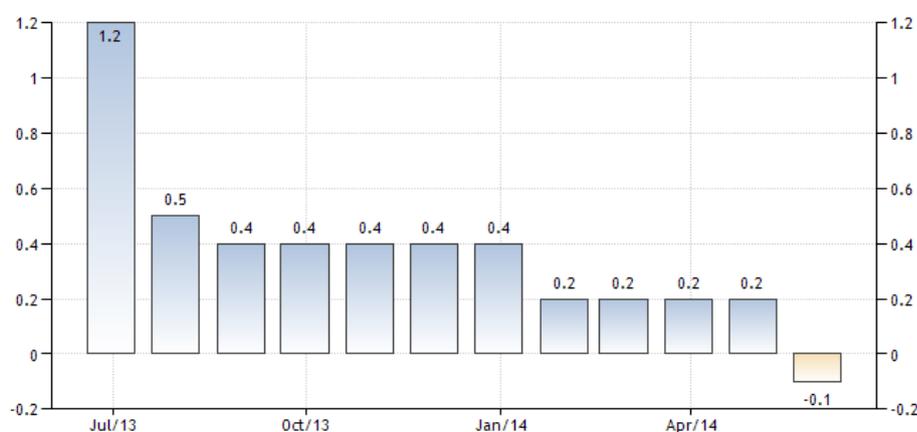
**Tabla 11**

**Inflación de Lituania**

Fecha	País	Evento	Real	Anterior
13/03/2014	Lituania	Tasa de inflación	0,20%	0,20%
08/04/2014	Lituania	Tasa de inflación	0,20%	0,20%
09/05/2014	Lituania	Tasa de inflación	0,20%	0,20%
09/06/2014	Lituania	Tasa de inflación	-0,10%	0,20%

**Fuente: Trading Economics**

Como se puede observar la inflación es estable y no varía en los últimos tres meses, según (Banco Central Europeo, 2014) el motivo de la inflación estable en Lituania es que: “ha ordenado políticas económicas orientadas a la consecución de una estabilidad microeconómica general sostenible, incluido el mantenimiento de la estabilidad de precios”. De acuerdo a estas políticas en cuanto a precio estables Lituania ha logrado que la inflación mantenga niveles bajos y en el último mes descienda un 1%.



**Figura 25: Inflación de Lituania**  
Fuente: Trading Economics

Según (Banco Central Europeo, 2014) la inflación conseguida por Lituania se debe a: “factores fundamentalmente temporales, como la caída de los precios internacionales de las materias primas y el menor crecimiento de los precios administrados y de la energía”. Por su parte la Unión Europea mira con buenos ojos el desempeño económico de este país ya que según (Notitarde.com, 2014) dice que da luz verde a la entrada de Lituania a la U.E por: “haber controlado la inflación, el déficit y la deuda pública”.

Pero según (El confidencial, 2014) para Lituania será un reto mantener esta estabilidad debido a:

*El proceso de adaptación puede incrementar el diferencial de la inflación entre Lituania y la zona del euro a medio plazo, dado que el producto interior bruto (PIB) per cápita y los niveles de precios todavía son más bajos en Lituania que en el resto de la zona del euro.*

Analizados los criterios, se puede decir que Lituania mantiene una economía estable con una inflación regular y a la baja, pero si bien es cierto existe mucha preocupación por la estabilidad de este país en el resto del año, es difícil mantener las estadísticas presentadas por Lituania cuando se tiene un déficit en la balanza comercial y peor aun cuando las relaciones comerciales con el principal socio comercial que es Rusia se ven deterioradas al imponer muchas políticas que atentan contra el comercio de estas dos naciones. En Lituania ha habido muchos recortes para tratar de frenar la crisis que en el 2009 fue mundial, como se pudo analizar en la parte superior, Lituania en el último mes tiende a una deflación que significaría que los bienes en este país se están devaluando y la gente no está comprando como ocurre en mercado común en donde existe oferta y demanda equilibrada.

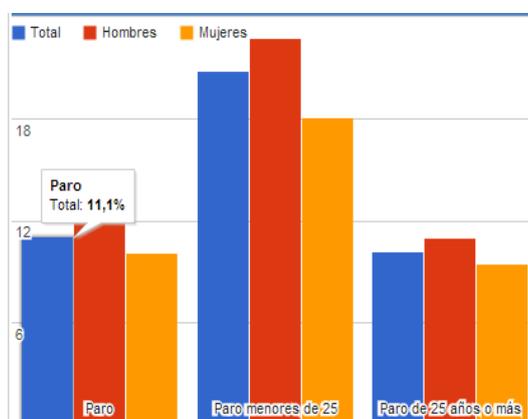
Lituania no podrá controlar los resultados estadísticos en el último semestre del 2014 lo que conllevará a un descenso de su economía, como

se pudo explicar en el párrafo anterior existe deflación pero no por ello quiero decir que la economía se encuentre sana, esto llega a ser una amenaza debido a que si los precios bajan es porque la gente no compra y si se llegara a exportar productos a este país significaría bajar nuestros costos para poder vender.

- **Aspecto social**

De acuerdo al aspecto social, Lituania es el país con el mayor crecimiento en cuanto al PIB y las estadísticas económicas pero en según (Cano, 2012) esto se ha logrado mediante “un agresivo programa de recortes y de refundación de su estructura económica”, de esta manera bajo salarios, bajo impuestos directos y alzo el IVA, recorto el gasto social y flexibilizó el emprendimiento laboral.

Según datos obtenidos en (Datos macro.com, 2014) el índice de desempleo es de 11.2% en el mes de Abril. Una cifra que está en aumento ya que de acuerdo al gráfico mostrado a continuación se puede observar que en años anteriores este índice venía disminuyendo, algo positivo en la economía, pero desde mediados del 2013 este índice ha ido en aumento, lo cual podría preocupar en un futuro si sigue en aumento. Como se puede observar en el gráfico la sociedad que más ha sido afectada por esto recortes han sido los jóvenes Lituanos menores a 25 años que representan el 20.8% de desempleados en el país.



**Figura 26: Tasa de desempleo de Lituania**  
Fuente: Datos Macro.com



**Figura 27: Historial de desempleo Lituano**  
**Fuente: Trading Economics.**

Con respecto al salario real de la población Lituana según (Perez, 2013) señala:

*El gobierno Lituano ha bajado los sueldos un 30% y las pensiones otro tanto, ha subido algunos impuestos, ha recortado a lo grande el gasto público y ha reducido el salario mínimo en dos ocasiones, en torno a un 25% en total, hasta reducirlo a unas 850 litas (unos 250 euros al mes), muchas personas han sufrido por las políticas internas tomadas por la presidenta de Lituania, las cuales buscan impedir una mayor crisis.*

El aspecto social en Lituania no se desarrolla de la misma manera que su aspecto económico debido a los múltiples recortes y políticas internas tomadas por el gobierno para tratar de frenar la crisis. Según (FAU, 2013): “La clase social más baja tiene dificultades para poder mantener unas condiciones de vida bastante elevadas. De este modo, la situación de algunos niños se ve muy afectada por estas dificultades”. Según (El Confidencial, 2012) dice: “El desempleo en Lituania ronda el 13 por ciento y

uno de cada cinco lituanos vive por debajo del umbral de la pobreza, por lo que muchos habitantes de este país de mayoría católica se han visto obligados a emigrar”.

Lituania en el aspecto social no está reaccionando bien a los recortes sociales impuestos por el gobierno, la tasa de desempleo aumenta y muchos lituanos se han visto en la necesidad de emigrar a buscar un nuevo futuro, si bien las estadísticas muestran que es un país estable con un índice inflacionario bajo, un PIB creciente todavía no han podido buscarle una salida a la crisis social. Según (Euroexpress, 2012) en los países de Letonia, Lituania, Rumanía y Polonia son en donde se encuentran los sueldos más bajos, lo sueldos que más se han disminuido son Letonia, donde el 27,8% cobra un sueldo bajo, Lituania (27,2%), Rumanía (25,6) y Polonia (24,2). De acuerdo a lo antes mencionado se destacan tres escenarios que podrían ser:

En Lituania no se verá un desarrollo social y muchas personas optarán por migrar mientras la mano de obra disminuye y los sueldos siguen bajando para tratar de mantenerse económicamente bien siendo una amenaza debido a que si los sueldos bajan y no existen tantas plazas de trabajo las personas no tendrán el poder adquisitivo para comprar.

## **2.12. Aspecto macroeconómico de Austria**

De acuerdo a (Export Enterprisses S.A., 2014) expone que: “Austria es una república Federal basada en una democracia parlamentaria”, forma parte de la UE desde 1995, considerado uno de los países desarrollados, según (Oficina de Información diplomática de España en Viena, 2012) “Austria es uno de los contribuyentes netos de la UE y dentro de ellos uno de los que tiene los mejores índices económicos tanto de crecimiento como en déficit presupuestario en cuanto a empleo”.

Austria tiene buenas relaciones comerciales con sus países vecinos, según la (Oficina de Información diplomática de España en Viena, 2012) la mayoría de los países vecinos son miembros de la UE por lo tanto sus

relaciones se ven normalizadas, además mantiene una estrecha relación con los países del Este como es República Checa, Eslovenia, Eslovaquia y Hungría cuyas relaciones se caracterizan por fuertes intercambios comerciales.

Según (El Telegrafo, 2013) resalta las buenas relaciones entre Austria y Ecuador este país “compra bienes ecuatorianos por alrededor de \$ 56 millones en productos como atún, pescado, banano, frutas, flores, plantas tropicales, entre otros. Mientras que ha exportado a Ecuador maquinaria, bebidas y otros bienes, por \$ 42 millones”.

Según (Export Enterprisses S.A., 2014) dice “Austria es la sede de numerosas empresas internacionales y su economía ocupa el puesto 27 sobre 181 en cuanto a facilidad para hacer negocios”. Además un alto nivel en infraestructura y mano de obra altamente calificada son los puntos fuertes de este país.

Con respecto a la política exterior según (Export Enterprisses S.A., 2014) dice: “Los incentivos a la exportación, la estabilidad política y el bajo coste de las telecomunicaciones crean un clima favorable para los negocios en Austria. Otro elemento atractivo de Austria es contar con uno de los sistemas fiscales más interesantes de Europa”.

Pero de acuerdo a (Moreno, 2014) expone que la crisis se ha desatado en toda Europa hasta ha llegado a los países del norte como es el caso de Bélgica Finlandia, Austria y Noruega, en donde Austria enfrenta serios problemas con el banco Hypo Alpe Adria que ha recibido 5 millones de euros del gobierno y está al borde de la quiebra.

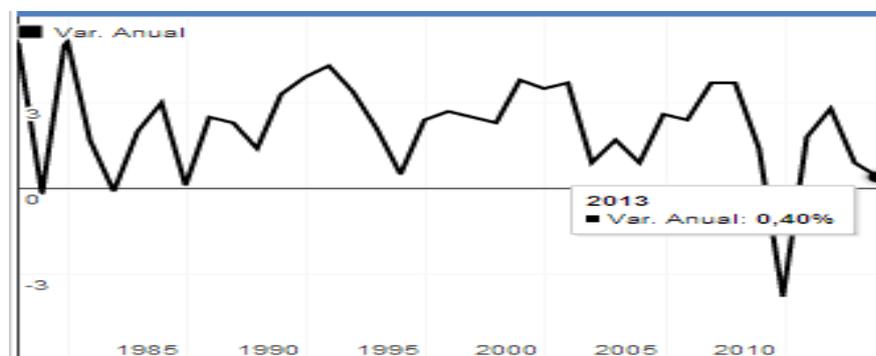
Con estos argumentos se puede decir que Austria es un país bien seguro para poder invertir ya que posee una de las economías más solventes y una tasa de desempleo más baja con respecto a la UE, existe gran facilidad para realizar negocios con este país, pero como les ha pasado a todos los países de la Eurozona se ven afectados por la crisis. Las relaciones comerciales que mantiene con los países vecinos le permiten

tener una estabilidad económica y con respecto a Ecuador de acuerdo a los datos recolectados se puede determinar que tenemos una balanza comercial positiva.

Austria tendrá un desarrollo económico y comercial normal pese a la crisis que en el momento están sufriendo los países de la eurozona, tendrá un desempeño estable de sus índices estadísticos tal y como ha venido manejándolos en el transcurso de este tiempo llegando a ser una oportunidad.

- **Aspecto Económico**

EL PIB de Austria ha ido relativamente a la baja en estos últimos años, para el 2014 ha bajado una décima con respecto al año anterior tal y como lo podemos ver en el siguiente gráfico, recuperándose de la crisis del 2009 de -3.80%.



**Figura 28: Tasa de crecimiento del PIB Australiano**  
Fuente: Datos Macro.com

Según (Export Empresas SA, 2014) comenta que los principales sectores de la economía son los servicios que representan el 70% del PIB, el sector agrícola representa el 1.5%, las PYMES conectados con los mercados de Europa Central representan el 30% del PIB, los principales sectores industriales son: la metalurgia, la electroquímica además cuenta con recursos minerales como hierro, plomo y cobre.

Según (Boix, 2014) dice “La economía austriaca se asienta en un pequeño sector primario de gran calidad en su producción (cereales, vino, carne y leche), un sector secundario de pequeñas y medianas empresas muy competitivas, y un sector terciario avanzado en el que trabaja más del 70% de la población”.

Analizados los puntos de vista se puede determinar que Austria es un país con un gran desarrollo económico, como se puede observar en los datos generales la crisis del 2009 no le ha afectado en gran cantidad es por ello que tienen estabilidad, sus principales rubros son los servicios y las industrias más importantes son: la mecánica y la de acero, representando la mayor cantidad de productos exportados, sus principales socios comerciales son los países de Europa central. Su PIB en los últimos años ha tenido un decrecimiento radical especialmente en el 2009, pero con la ayuda de su economía ha logrado salir y se encuentra actualmente en un crecimiento lento pero con buenas expectativas.

Si el PIB de Austria obtiene su mejor puntuación tendrá un crecimiento que le permitirá disminuir la tasa de desempleo que ha sido la más alta en la historia convirtiéndose en una oportunidad puesto que al existir menos desempleo las personas tendrán poder de adquisición.

- **Balanza Comercial**

Con respecto a la balanza comercial Austria es un país con una balanza comercial con déficit, el porcentaje de déficit más alto en los últimos años es presentado en el año 2011 y 2012 con un -3.02%, tal y como lo podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 12

## Balanza Comercial de Austria 2013

Austria-Balanza comercial			
Fecha	Balanza Comercial	Tasa de cobertura	Balanza comercial % PIB
2013	-5683,0	95,64%	-1,81%
2012	-9264,0	93,29%	-3,02%
2011	-10050,0	92,69%	-3,36%
2010	-4865,0	95,94%	-1,71%
2009	-4355,0	95,75%	-1,58%
2008	-2043,0	98,37%	-0,72%
2007	425,0	100,36%	0,16%
2006	-367,0	99,66%	-0,14%
2005	-1724,0	98,32%	-0,70%
2004	-1230,0	98,72%	-0,52%
2003	-2109,0	97,60%	-0,94%

Fuente: Datos Macro

Con respecto a la balanza comercial por país se tiene que su principal socio comercial es Alemania con el cual tiene un balanza comercial negativa muy significativa, pero con respecto a EEUU, Austria tiene una balanza comercial positiva, tal y como se analiza en el siguiente tabla.

<< 2012		Balanza comercial de Austria según país (2013)	
Países	Balanza comercial		
Alemania	-17.349,5M €		
Italia	-196,7M €		
Estados Unidos	3.846,8M €		
Suiza	-986,7M €		
Francia	2.320,1M €		
Eslovaquia	1.407,7M €		
República Checa	-1.256,1M €		
Rusia	1.317,3M €		
Hungría	185,7M €		
Polonia	1.597,7M €		
Reino Unido	1.708,4M €		
China	-1.711,0M €		
Eslovenia	586,5M €		
Holanda	-3.330,9M €		
España	300,7M €		
Rumanía	894,6M €		
Bélgica	-1.139,0M €		
Suecia	76,9M €		
Turquía	-50,5M €		
Japón	485,3M €		

Figura 29: Balanza comercial de Austria  
Fuente: Datos Macro.

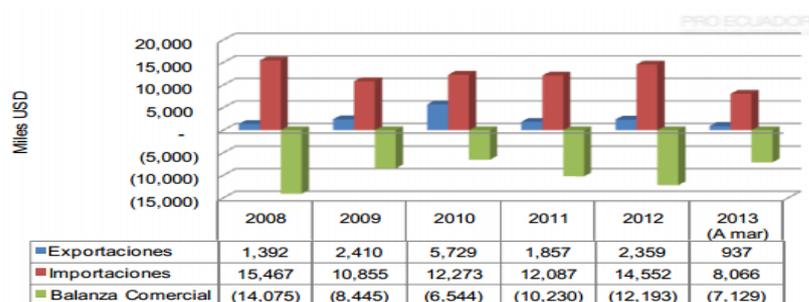
Según (Instituto de fomento región de Murcia, 2013) los principales productos exportados son: “Máquinas, material eléctrico, vehículos. Principales compradores: Alemania, Italia, Suiza”, y los principales productos importados son: “Combustibles, máquinas, material eléctrico. Principales proveedores: Alemania, Italia, Suiza”.

Según (Datos macro.com, 2014) En 2013 Austria “Registró un déficit en su Balanza comercial de 5.683,0 millones de euros, un 1,81% de su PIB, la variación de la Balanza comercial se ha debido a que se ha producido un descenso de las importaciones y un incremento de las exportaciones”.

Según (Consultoría y formación independiente en economía y finanzas, 2013) dice

*La balanza comercial austriaca ha sido tradicionalmente deficitaria, aunque se espera que el déficit se desplome, de los 7.000 millones de euros en 2011 - 2012 a alrededor de 2.800 - 4 .000 millones en 2013 - 2017, gracias a la reactivación prevista de las exportaciones (crecimiento esperado en 2013: 2,1%), por la solidez de la demanda alemana.*

De acuerdo a los análisis realizados, Austria cuenta con una balanza comercial negativa, pero nada preocupante puesto que si se analiza los datos en los últimos años ha venido disminuyendo gradualmente y se espera que tenga superávit para los siguientes años. Su principal fuerte son las exportaciones de maquinaria, material eléctrico es decir productos terminados, con respecto a la balanza comercial que este país mantiene con Ecuador se puede decir que es positiva tomando datos desde el 2008 hasta el 2013, entre los principales productos exportados se tiene las flores.



**Figura 30: Balanza comercial Ecuador-Austria**  
Fuente: Pro Ecuador

En el caso de que Ecuador pueda mejorar las relaciones bilaterales con Austria podrá ingresar más productos al país, con el cual mantenemos una balanza comercial positiva.

En el caso de que Ecuador mantenga buenas relaciones y una balanza comercial favorable ingresará nuevos productos al mercado austriaco, pero de forma paulatina ya que en el presente la tilapia no constituye un producto de potencial ingreso para el mercado austriaco según (Pro Ecuador), lo que a la larga vendría a ser una oportunidad.

- **Inflación**

Con respecto a la inflación, en los últimos años se ha incrementado drásticamente, de acuerdo al gráfico presentado a continuación se puede notar que la inflación varía y el índice más bajo es en Octubre y Diciembre del 2013 en donde se mantuvo en un 1,4%. En el 2014 poco a poco ha ido aumentando; en Enero presenta el porcentaje más alto con el 1,9% y para mitad de año se tiene un 1,8%.



**Figura 31: Inflación de Austria**  
Fuente: Trading Economics

Con respecto a (Blogspot Austria y Polonia, 2012) dice “Austria ha tenido un buen control de su tasa de inflación, ya que desde el 2003 hasta el 2010 no ha superado un porcentaje de 3,20% lo cual se encuentra en lo no tan preocupante o aceptable en cuanto a niveles de inflación”.

Según (Carrino, 2014) pone como ejemplo de desarrollo económico a Austria ya que a pesar del aumento de la inflación en estos meses goza de las más bajas tasas de desempleo de la eurozona, y posiblemente una de las principales causas es que este país no tienen una salario mínimo.

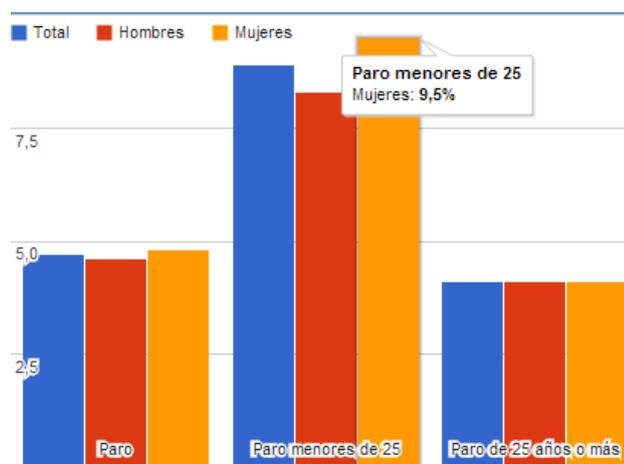
Una vez considerados estos criterios, se recalca que Austria goza de una buena economía, en donde su índice de inflación ha aumentado, pero de una manera controlable, las personas pueden adquirir sus productos sin ningún problema y cuentan con un desarrollo laboral estable. Según (América Economía, 2013) “Bajas tasas de inflación y deflación puede ser una señal de un debilitamiento de la economía, estancamiento o recesión. Pero una positiva y en el rango de equilibrio natural (2%) es el ambiente ideal para invertir en acciones a largo plazo”, es decir según los datos presentados en la figura 29 el índice de Inflación de Austria bordea el 1.8% lo que significa que es una país perfecto para la inversión.

Si Austria mantiene una tasa de inflación estable demostrará ser un país perfecto para el desarrollo comercial y la inversión convirtiéndose en una oportunidad, debido a que la estabilidad económica demuestra que las personas pueden adquirir productos sin ningún inconveniente seleccionando de acuerdo a su preferencia.

- **Aspecto Social**

Con respecto al aspecto Social de Austria según (Veinte minutos, 2013) “Las cifras del país centroeuropeo son especialmente llamativas si se comparan con la media de la U.E, donde un 11,8% está sin trabajo, los países más afectados por la crisis son España y Grecia, donde el paro supera el 26%”.

En la figura que se detalla a continuación se puede concluir que dentro de la sociedad el mayor índice de desempleados son los jóvenes de hasta 25 años y esto se puede explicar por varios motivos como ejemplo: estudios, y porque el resto de personas que conforman este grupo son menores de edad. Con respecto a las personas mayores de 25 años solo el 4.1% son desempleados, un índice bajo y bastante bueno.



**Figura 32: Índice de desempleo Austria**  
Fuente: Datos macro.com

Según (Veinte minutos, 2013) “La fortaleza del mercado laboral se debe, en parte, a la potencia de su industria exportadora, con líderes mundiales en nichos de mercado en ingeniería y alta tecnología”.

Según (Export Empresas SA, 2014) “Austria disfruta de un excelente sistema de seguridad social a la altura de las normas internacionales. No obstante, el coste de los servicios médicos pueden ser muy altos en caso de no tener cobertura médica”.

Según (Veinte minutos, 2013):

*Austria combina en su ley laboral la flexibilidad que demanda la patronal con la seguridad y la defensa de los derechos de los trabajadores que solicitan los sindicatos. El factor clave es el histórico consenso que desde la época de*

*la posguerra existe entre la patronal y los sindicatos a la hora de adoptar medidas laborales.*

Con la información obtenida se determina que Austria es un país con una fuerte política social, donde los trabajadores son los más beneficiados, es el país con el menor índice de desempleo y con la mayor cantidad de oportunidades laborales; según (Veinte minutos, 2013) “se han potenciado las políticas activas de empleo, con un asesoramiento personalizado al desempleado y cursos de capacitación para favorecer la vuelta al mercado laboral”. Si las personas tienen un empleo estable por ende tendrán poder adquisitivo para comprar productos nacionales e importados.

En el caso de que Austria disminuya aún más el índice de desempleo le permitirá consolidarse como una de las economías más fuerte del mundo y un atraíble para los inversores extranjeros convirtiendo en una oportunidad.

- **Aspecto Tecnológico**

Austria al ser un país que dentro de su PIB el rubro de servicios representa el 70% es un país con una alto nivel tecnológico, al analizar la balanza comercial y distinguir los productos que exportan, todos son productos terminados, otro factor que se debe tomar en cuenta para medir el aspecto tecnológico de un país es cuanto este aporta para el I+D, según el siguiente cuadro se puede analizar el puesto que ocupa Austria y que porcentaje del PIB destina para este factor.

**Tabla 13**

**I+D Austria**

<b>Países Bajos</b>	<b>10,8</b>	<b>1,60%</b>	<b>2011</b>	<b>1</b>
<b>Israel</b>	9,4	4,20%	2011	1
<b>Austria</b>	8,3	2,50%	2011	1
<b>Suiza</b>	7,5	2,30%	2011	1
<b>Bélgica</b>	6,9	1,70%	2011	1
<b>Turquía</b>	6,9	0,70%	2011	1

Continúa 

<b>Polonia</b>	6,9	0,90%	2011	1
<b>México</b>	6,4	0,40%	2011	1
<b>Finlandia</b>	6,3	3,10%	2011	1
<b>Singapur</b>	6,3	2,20%	2011	1
<b>Irán</b>	6,2	0,70%	2011	2
<b>Dinamarca</b>	5,1	2,40%	2011	1
<b>Noruega</b>	4,2	1,60%	2011	1

**Fuente: Wikipedia**

Según (Surprisingly Ingenious, 2014):

*Austria con una cuota de investigación del 2,8 % del producto interior bruto, el país invierte muy por encima de la media de la UE. Más de 50 clústeres de la industria y los programas de financiación a medida para fomentar la innovación garantizan una óptima interacción entre las comunidades empresarial y científica.*

Según (Pro Mexico, 2013) dice:

*Un objetivo claro de la política de I+D+i austriaca es la internacionalización científica del país para colocarse como líder en desarrollo de tecnología en Europa y el mundo, para lograr este fin el gobierno tiene como medios lo siguiente: incrementar el apoyo a estudiantes de ciencias, mejorar la infraestructura científica, ampliar universidades.*

Se puede ver que Austria es un país que destina una buena cantidad de su PIB a la investigación y desarrollo, esto le permite invertir en una gran cantidad de proyectos y en sectores estratégicos de la economía lo que a su vez demanda de su población un alto grado de capacitación, el I+D de este

país está por encima de la media de la UE lo que le convierte en un país sumamente competitivo.

Austria con el paso de los años destinará más porcentaje del PIB al I+D lo que le permitirá financiar nuevos proyectos e investigaciones para el desarrollo de su economía, convirtiéndose en una oportunidad, puesto que Ecuador en un futuro podrá desarrollar acuerdos de cooperación económica permitiéndole mejorar su competitividad.

### **2.13. Aspecto Macroeconómico de Sudáfrica**

Según (Gonzalez, 2011) Sudáfrica es un país que está ubicado en el extremo meridional de África, está limitado por Namibia, Zimbabue, Mozambique y Suazilandia, es uno de los países fundadores de la Unión Africana y tiene la mayor economía del continente.

Según (Export Entreprises SA, 2014) políticamente Sudáfrica está gobernada por un poder parlamentario y tienen una legislatura bicameral, en materia de comercio exterior Sudáfrica es una país que tiene una gran dinamismo, según (Oficina de información diplomática de España, 2013) el principal socio comercial de Sudáfrica es la UE con el cual mantiene tratados de Comercio y Desarrollo contribuyendo a las exportaciones con un 26.5% y a las importaciones con un 35,5%, con respecto a los demás países vecinos tiene una balanza comercial positiva al exportar un 11.8% e importar un 4,2 %. Sudáfrica actualmente es miembro de muchos organismos internacionales como las Naciones Unidas, BRICS (Brasil, Rusia, India, China), La Comunidad de Desarrollo del Sur de África y la Unión Aduanera de África.

Actualmente Sudáfrica busca aperturar su mercado y relaciones comerciales como por ejemplo según (Ying, 2013) “China y Sudáfrica acordaron el martes priorizar los lazos bilaterales en sus respectivas políticas exteriores e instaron a una asociación global más equitativa y equilibrada para el desarrollo”.

Según (Spanish people, 2014)

*Sudáfrica es el único país africano en la lista de los 25 principales destinos para la inversión extranjera directa (IED), se indicó en un nuevo informe. El Índice de Confianza de la Inversión Extranjera Directa 2014 de A.T. Kearney mostró que Sudáfrica subió dos puestos para convertirse en el treceavo destino más atractivo para la IED.*

Según (Export Entreprises SA, 2014):

*Sudáfrica, en su condición de economía de libre mercado, fomenta la inversión extranjera tanto en el sector privado como en el público. Los factores que más atraen a la IED al país son la transparencia del sistema, importante demografía, el fácil acceso a las materias primas y la estabilidad política.*

Pero según (Correa, Ecuador cerrara oficina comercial en Sudafrica, 2013) piensa cerrar la oficina comercial en Sudáfrica y dice: “Vimos que las posibilidades de desarrollar comercio (con Sudáfrica) no son tan importantes por la situación geográfica, la lejanía, etc. y no vale la pena la inversión en una oficina comercial”

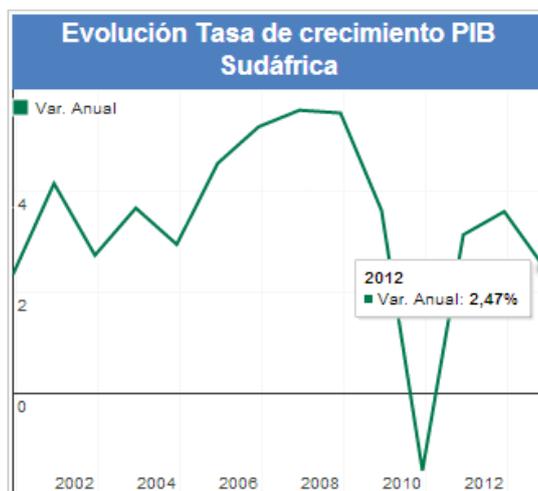
Con estos puntos de vista se determina que Sudáfrica es un país con una fuerte economía y una política estable, mantiene buenas relaciones con sus socios comerciales con los cuales mantiene acuerdos de cooperación y desarrollo buscando incentivar el comercio, con respecto a Ecuador las relaciones comerciales todavía no son claras mientras que el presidente busca cerrar la oficina comercial porque las expectativas que se generaron no son buenas y no encuentra un mayor beneficio a las relaciones

bilaterales, en este mismo año se buscaba incrementar el comercio entre estas dos naciones tal y como lo dice (Patiño, 2013), al ser Sudáfrica un país estable y con buenas bases económicas lo mejor sería tratar de ingresar productos lentamente, si bien es cierto se busca nuevos mercados comerciales por el momento hay que tener paciencia y tratar de evaluar cada una de las alternativas así sean estas pequeñas ya que con el tiempo se verán los resultados.

En el caso de que Ecuador deje de lado las relaciones comerciales con este país cerrará la oficina comercial en Sudáfrica debido a los pocos resultados en materia comercial, viéndose esto como una amenaza ya que al no tener un representante ecuatoriano en Sudáfrica es casi imposible promocionar nuestros productos.

- **Aspecto Económico**

Como todos los países en el mundo la crisis afecto a la economía, en el caso particular de Sudáfrica de su punto máximo de crecimiento de 5,60 % en 2006 bajo a un -1.53% en el 2010, poco a poco ha podido salir de la crisis hasta en el 2012 presenta una recuperación del 2.53%. A continuación se presenta un gráfico estadístico en donde se mide la tasa de crecimiento del PIB.



**Figura 33: PIB de Sudáfrica**  
Fuente: Datos macro.com

Según (Consultoria de comercio exterior, 2011) dice “Los sectores que aportan un porcentaje al PIB de Sudáfrica son: la construcción (12,6%), minería (8,9%), sector de servicios (12,4), el sector financiero (19,4%) y los servicios generales del gobierno (14,4%)”.

Según (Datosmacro.com, 2013) “En 2012 la cifra del PIB fue de 297.408 M.€, con lo que Sudáfrica es la economía número 30 en el ranking de los 181 países de los que publicamos el PIB”.

En líneas generales Sudáfrica a partir del 2010 ha mantenido equilibrado su producto interno bruto en el último año bajando algunos puntos, pero en líneas generales sigue siendo uno de los países más poderosos de África.

Según (Consultoria de comercio exterior, 2011) “el gobierno de Sudáfrica busca mantener este crecimiento e invertir en la infraestructura para poder lograr el objetivo de mantenimiento. Esto significa que en los años siguientes Sudáfrica continua siendo un país de oportunidades de inversión extranjera”.

Sudáfrica tiene una economía fuerte en donde el principal rubro de su economía es la minería, busca invertir en varios sectores estratégicos especialmente en bienes de capital, tiene una industria muy variada en donde según (Los mejores Destinos) “el país posee grandes industrias que acaparan el 20% de la producción nacional y abarcan el sector aeronáutico, metalúrgico, automovilístico y agropecuario”, es decir es un país con un gran desarrollo tecnológico.

Lo más probable es que Sudáfrica mantendrá su PIB en donde el crecimiento será paulatino de acuerdo al dinamismo de sus industrias, convirtiéndose esto en una oportunidad ya que al tener un PIB en crecimiento significa que en la parte comercial tiene buenos resultados, pero si se analiza el PIB sectorial el crecimiento no se encuentra en la acuicultura si no en otras como la metalurgia.

- **Balanza comercial**

Sudáfrica es un país que tiene una balanza comercial negativa en donde a través de los últimos años sus importaciones han ido creciendo mientras que sus exportaciones se mantienen, en la siguiente tabla se puede apreciar la evolución histórica de la balanza comercial.

**Tabla 14**

**Evolución de la balanza comercial de Sudáfrica**

<b>Sudáfrica- Balanza Comercial</b>			
<b>Fecha</b>	<b>Balanza Comercial</b>	<b>Tasa de cobertura</b>	<b>Balanza Comercial % PIB</b>
<b>2013</b>	-22.810,40 €	76,03%	
<b>2012</b>	-28.789,60 €	70,23%	-9,68%
<b>2011</b>	-16.924,80 €	80,63%	-5,82%
<b>2010</b>	-10.058,10 €	85,85%	-3,65%
<b>2009</b>	-8.873,40 €	83,29%	-4,33%
<b>2008</b>	-14.181,30 €	79,48%	-7,63%
<b>2007</b>	-13.619,50 €	78,90%	-6,53%
<b>2006</b>	-16.358,30 €	73,91%	-7,86%
<b>2005</b>	-8.583,40 €	82,86%	-4,33%
<b>2004</b>	-5.884,80 €	86,31%	-3,33%
<b>2003</b>	-2.887,60 €	91,78%	-1,94%
<b>2002</b>	482,20 €	101,56%	0,41%
<b>2001</b>	1.127,70 €	103,58%	0,85%
<b>2000</b>	311,80 €	100,97%	0,22%
<b>1999</b>	10,30 €	100,04%	0,01%

**Fuente: Datos Macro.com**

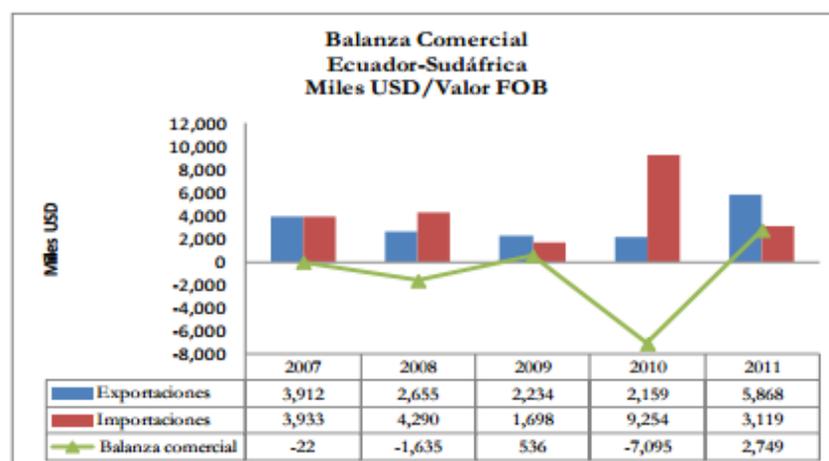
Los principales socios comerciales son: China, EEUU, Japón, Namibia y sus principales proveedores son: China, Alemania, Arabia Saudita, EEUU y al India, en el siguiente cuadro se puede apreciar el porcentaje de importaciones y exportaciones que ha tenido Sudáfrica en el 2013.

Tabla 15

## Principales compradores y proveedores de Sudáfrica

Principales países asociados			
Clientes Principales (% de las exportaciones)	2013	Principales proveedores (%de las importaciones)	2013
China	12,70%	China	15,50%
Estados Unidos	7,20%	Alemania	10,30%
Japón	5,80%	Arabia Saudita	7,80%
Botsuana	4,80%	Estados Unidos	6,30%
Namibia	4,50%	India	5,20%
Ver más países	65,00%	Ver más países	54,90%

Fuente: Comtrade



**Figura 34: Balanza comercial bilateral Ecuador-Sudáfrica**  
Fuente: Pro Ecuador

Según (Export Entreprises SA, 2014)

*Desde la crisis económica mundial, el nivel de exportaciones ha permanecido bajo y el de importaciones ha aumentado regularmente, lo que ha provocado que la balanza comercial presente un déficit creciente. En 2013, las importaciones han*

*aumentado más rápido que las exportaciones, y el déficit ha aumentado, pasando de cerca de 35 mil millones en 2012 a cerca de 70 mil millones 2013.*

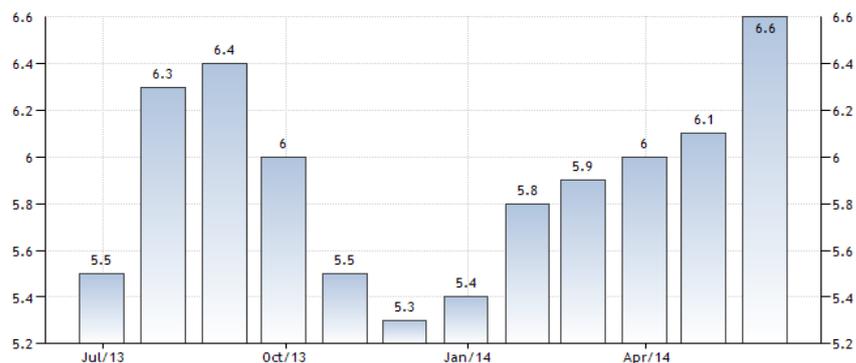
Según (Consultoría y formación independiente en economía y finanzas, 2013) “se espera que, en años sucesivos, y a medida que se recupere la demanda global, las exportaciones sudafricanas de mercancías se incrementen algo por encima de lo que lo hagan las importaciones, contribuyendo a la reducción del déficit por cuenta corriente”.

Sudáfrica es un país con una gran potencial de inversión no obstante la crisis ha golpeado de una manera inclemente a este país el cual todavía está un poco frágil, en los últimos años las importaciones se han incrementado mientras que las exportaciones se han estancado, y si se analiza la balanza comercial por país no tiene saldo positivo, esto conllevó una gran preocupación, ya que la demanda mundial no está respondiendo como debería y existe un gran déficit que al seguir los años sigue incrementándose.

Lo más probable es que la balanza comercial seguirá tendiendo déficit pero hasta que se tomen las medidas correctivas necesarias, lo que permitirá un comercio exterior normal, convirtiéndose en una oportunidad debido a que Sudáfrica compra productos más de los que produce, pero siempre y cuando la oficina comercial no sea cerrada.

- **Inflación**

Actualmente Sudáfrica muestra un índice de inflación del 6.6% el más alto desde julio del 2013, en diciembre 2013 parecía que la inflación iba a la baja pero a mediados del 2014 muestra su más alta tasa de crecimiento.



**Figura 35: Inflación de Sudáfrica**  
**Fuente: Trading Economics**

Como se puede apreciar en la figura 34, el índice de inflación ha aumentado, lo que conlleva al aumento de precios y por parte de la población al cada vez menor poder adquisitivo para adquirirlos.

Según (Global-rates, 2014) cuando hablamos de la inflación en Sudáfrica, “Se refiere a menudo al índice de precios al consumo, abreviado como IPC. El IPC sudafricano muestra la evolución de los precios de una serie definida de productos y servicios que adquieren los hogares en Sudáfrica para su consumo”.

Según (Guía de Inversión en Línea, 2014)

*La Tasa de inflación de Sudáfrica parece estar bajo control, el comercio dentro del rango de objetivo del Banco de la reserva, mientras que las tasas de interés deben mantenerse inferior durante más tiempo. Este ambiente debe inspirar confianza y fomentar el gasto del consumidor, que debe traducirse en más y mejores ingresos de la empresa, por lo tanto mayores precios de las acciones.*

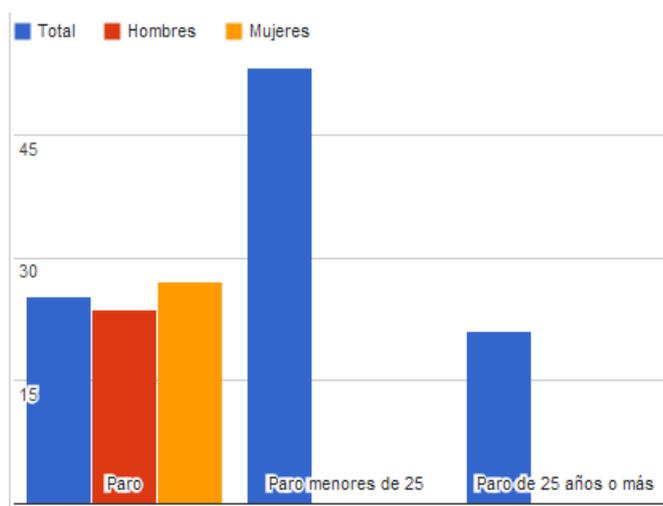
Al parecer Sudáfrica no mantiene bajo control la inflación ya que de acuerdo a la evolución en este año tiende a elevarse, y está fuera de las

expectativas del gobierno que de acuerdo a (Consultoría y formación independiente en economía y finanzas, 2013) en el 2013 debía situarse en 4.1% cuando para finales del 2013 terminó con un 5.3%, esto es preocupante ya que con el transcurrir del tiempo las personas no podrán adquirir normalmente sus productos y terminará en una gran crisis.

La inflación en Sudáfrica aumentará aceleradamente debilitando aún más la demanda nacional ya que se pueden observar en los datos que los datos esperados no se están cumpliendo convirtiéndose en una amenaza tanto para la producción nacional como para los productos importados.

- **Aspecto Social**

Actualmente Sudáfrica es uno de los países al cual le ha golpeado fuerte la crisis del 2009-2010, su economía no se ha podido recuperar con la rapidez pensada, actualmente la tasa de desempleo bordeó el 21% para las personas mayores de 25 años y el 53 % para las personas menores de 25 años, un dato preocupante ya que si se analiza la cuarta parte de la población actualmente no tiene empleo, estas cifras se puede observar en el siguiente gráfico:



**Figura 36: Desempleo en Sudáfrica**  
Fuente: Datos macro.com

Con respecto al aspecto salarial Sudáfrica es un país con grandes desigualdades y bajos salarios; en los últimos años ha existido gran cantidad de huelgas para incrementar los salarios como por ejemplo según (Telesur, 2014) “El secretario general adjunto de Numsa, Karl Cloete, explicó que unos 170 mil obreros podrían estar involucrados en la medida de protesta, para reiterar su exigencia de un 15 por ciento de aumento en los sueldos mensuales”. Si se asocian con la inflación que sufre Sudáfrica y la falta de empleos se puede decir que es un país en crisis ya que la cuarta parte de la población no tiene empleo, y las personas que tienen no reciben un salario digno para poder competir con el aumento acelerado de los precios.

Actualmente la situación social de Sudáfrica es preocupante, tiene gran cantidad de huelgas por sus derechos laborales, según (Gascón, 2014) “Los paros están espoleados por los bajos salarios y la gran brecha social entre las clases bajas cerca de un tercio de los sudafricanos vive por debajo del umbral de la pobreza, y desalientan la inversión extranjera y la iniciativa privada local”.

Según (Berezim, 2014)

*La tasa de desempleo está sobre el 20%, y cerró al tercer trimestre de 2013 en 24,7%. Para mejorar este indicador, el ANC (Congreso Nacional Africano) dice que en su siguiente gobierno promoverá la compra a productores locales para los bienes y servicios requeridos por el gobierno, y acelerar el desarrollo de los proyectos de infraestructura.*

Sudáfrica en la actualidad es un país débil económico y socialmente, los trabajadores no tiene garantías y el salario no les alcanza para subsistir, es por ello las huelgas exigiendo derechos y un salario digno, esto influye directamente en la economía debido a que la falta de un trabajo estable

hace que las personas no puedan mantener una calidad de vida digna, además que los trabajadores no cuentan con una formación calificada según (Gascón, 2014).

El gobierno deberá tomar medidas de reajuste social lo que implicará mantener los mismos salarios actuales, las personas no cuentan con una mano de obra calificada lo cual les impide mejorar su salario, convirtiéndose en una amenaza debido a que las personas no tiene el poder adquisitivo para comprar al no recibir un salario digno.

- **Aspecto Tecnológico**

Con respecto al aspecto tecnológico, Sudáfrica de acuerdo a los últimos años aporta con el 0.87% de su PIB a la investigación y desarrollo, tal y como podemos observarlo en la siguiente tabla:

**Tabla 16**  
**Investigación y desarrollo**

Ciudades	2009	2010	2011
Santa Lucía			
Santo Tomé y Príncipe			
San Vicente y las Grandinas			
Senegal			
Serbia	0,92	0,78	0,73
Seychelles			
Sierra Leona			
Singapur	2,43	2,09	
Sint Maarten			
Somalia			
Sri Lanka		0,16	
Sudáfrica	0,87		
Sudán			
Sudán del Sur			
Suecia	3,6	3,39	3,37

**Fuente: Banco Mundial**

Según (Export Enterprises SA, 2014) “El desarrollo de infraestructuras (sectores como el transporte, las telecomunicaciones y la energía), la

creación de empleo, la protección del medio ambiente, el desarrollo de una mano de obra calificada” permitirán tener una competitividad sana, es decir Sudáfrica busca invertir en servicios para poder mejorar su economía.

Según (Servicio de Información Comunitario sobre Investigación y Desarrollo, 2007) “A principios de este año, el Gobierno de Sudáfrica anunció sus planes de aumentar el presupuesto para la ciencia hasta los 331 millones de euros, y el país espera invertir el 2% del PIB de cara a 2017”.

Según (Embajada de Sudáfrica en Chile) “La investigación tecnológica y estándares de calidad de Sudáfrica gozan de renombre mundial. El país ha diseñado avanzadas tecnologías, particularmente en las áreas de la energía y combustibles, minería a profundidad, telecomunicaciones y tecnología de la información”.

Sudáfrica es una país que invierta en I+D, tiene mano de obra calificada, semicalificada y no calificada, actualmente la crisis no acompaña el buen desempeño tecnológico que Sudáfrica ha tenido a lo largo de la historia ya que dentro de la industria tiene sectores con un gran desarrollo tecnológico como es el caso de las petroquímicas, sector automotriz, aeronáutico.

Sudáfrica tal y como lo pronostican las autoridades para el 2017 podrá invertir el 2% del PIB para investigación y desarrollo, lo que conllevará a un mayor desarrollo tecnológico. Pero por el otro lado la actual crisis sudafricana estancará la investigación y desarrollo y por ello no podrá continuar con sus avances tecnológicos ni aportar a las industrias. Pero lo más probable es que Sudáfrica tratará de cumplir con el objetivo a 2017, mediante políticas internas que le permitan mejorar la economía y poder aportar cada vez con un mayor porcentaje del PIB a la Investigación y Desarrollo.

## 2.14. Matriz de decisión

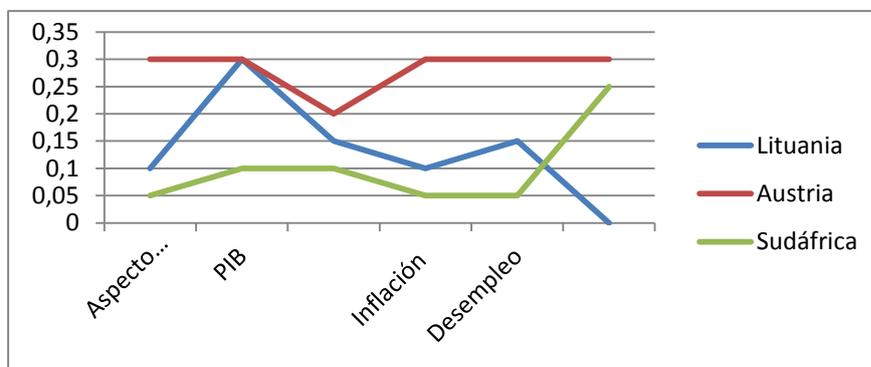
**Tabla 17**

**Matriz de decisión**

VARIABLE DE CALIFICACIÓN	PAÍS		
	Lituania	Austria	Sudáfrica
Aspecto Político	0.1	0.3	0.05
PIB	0.3	0.3	0.1
Balanza Comercial	0.15	0.2	0.1
Inflación	0.1	0.3	0.05
Desempleo	0.15	0.3	0.05
Aspecto tecnológico	0	0.3	0.25
	0.80	1.7	0.60

**Elaborado por: Los Autores**

De acuerdo al análisis realizado Austria es el país con las mejores condiciones para invertir debido a que es un país estable en el aspecto económico, político, social y tecnológico, Lituania es un país que pese a los problemas políticos que actualmente posee con respecto a la partida arancelaria 0304190010 y de acuerdo a los datos de TradeMap, es el que mayor crecimiento tiene con respecto a la importación de Tilapia.



**Figura 37: Matriz de Decisión**  
**Elaborado por: Los Autores**

Como se ha podido describir en el gráfico anterior Austria es un país que tiene una capacidad adquisitiva alta y una fuerte economía tema analizado en el estudio macroeconómico de Austria, se debe recalcar que Ecuador mantiene una balanza comercial positiva con la UE de la cual Austria forma parte. En los últimos años Ecuador ha buscado firmar un acuerdo comercial con la UE que beneficie a los productores ecuatorianos y que de a poco se ha ido concretando, en las últimas reuniones se ha podido dar un paso gigantesco para poder cerrar y firmar el acuerdo y sobre este tema muchos especialistas han dado su punto de vista tal y como lo hace el economista Luis Luna Osorio en su blog: (Osorio, 2014)“En este periodo de gobierno, las exportaciones FOB totales del país han crecido desde 14.321 millones de dólares en el 2007 hasta casi 25 mil millones en el 2013, incrementándose en el 75 por ciento; mientras que las cifras comparables hacia la Unión Europea han crecido desde 1.812 millones de dólares, hasta 3.051 millones, elevándose en el 68 por ciento. Hay que señalar que hacia Europa no se exporta petróleo ni sus derivados y que la participación relativa de la Unión Europea crece dinámicamente cuando se miran solamente las exportaciones no petroleras”.

Con respecto a otros productos que tiene la posibilidad de ser exportados hacia la UE (Osorio, 2014) dice:

*Los exportadores potenciales, cuyas perspectivas se abren de manera importante con este acuerdo, deben desde ya iniciar las acciones internas y externas (obviamente, con el concurso oficial), para informarse sobre los requisitos europeos específicos de importación, superar sus eventuales deficiencias y estar listos a conquistar el mercado europeo, apenas sea posible, bajo los nuevos términos.*

En otras palabras todos los productos ecuatorianos tienen la posibilidad de ingresar al mercado cumpliendo con todas las exigencias que conlleva

firmar un acuerdo con la UE, y lo principal es que los productos exportados no son derivados del petróleo, lo que potencia de buena manera al sector incentivando a su desarrollo e inversión.

Entre los principales beneficios que se pueden lograr con la firma de un acuerdo comercial según el presidente Rafael Correa están: (Correa, Se ha llegado a un acuerdo bastante bueno con la UE, 2014) “el acuerdo está adaptado a nuestras necesidades potencia al máximo las oportunidades, reduce a su mínima expresión los costos, respeta el modelo de desarrollo del país y permite proteger a los sectores más sensibles a nivel productivo”.

Con esto podemos concluir que la producción de tilapia podría estar amparada en este acuerdo comercial siempre y cuando se cumplan con todas las exigencias en cuanto a calidad y producción cave rescatar nos abre la posibilidad a conquistar nuevos mercados tal y como dice (Osorio, 2014): “También hay que tener presente que la Unión Europea sirve de puente para exportar hacia otros destinos y que entre ellos está la Federación Rusa, mercado atractivo para muchos de los productores nacionales”.



Para realizar esta tabla de proyecciones se ha trabajado con tres datos que son Producción nacional, Producción para exportación y cantidad exportada, el primer valor es la cantidad que el Ecuador produce en general, tanto el producto de exportación como el de comercio interno, el segundo valor es la cantidad de producto que tiene la certificación para ser exportado y el tercer valor es la cantidad exacta de exportación. Se ha aplicado el método de mínimos cuadrados en el que se puede apreciar la tendencia. Como se puede constatar en la tabla, la tendencia indica un decrecimiento, esto se debe a que en los últimos años Ecuador abandonó la producción de Tilapia por producir camarón, un producto más rentable y que tiene un gran apoyo gubernamental, lo cual produjo que la producción de tilapia sea menos competitiva debido a que no tiene los mismos incentivos.

### 2.15.1. Punto de Equilibrio

**Tabla 19**

#### **Punto de Equilibrio**

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Producto	23.725.495,22
Promoción de productos en el extranjero	6720
Ferias internacionales	880
Representante de ventas	48000
<b>Total costos Fijos</b>	<b>23.781.095,22</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Trabajadores	24000
Precio del nuevo empaque	663.650,216
Etiquetado	414.781,385
transporte interno	11.520
Aduana	34.560
<b>Total costos Variables</b>	<b>1.148.511,601</b>
<b>Ingresos</b>	<b>28.868.784,4</b>
<b>Costo Total =</b>	<b>Costo Fijo + costo</b>

Continúa 

	Variable
	<b>24.929.606,82</b>
<b>Ingreso=</b>	28.868.784,4
<b>Utilidad =</b>	Ingreso - costo total
	<b>39.391.77,573</b>
Punto de equilibrio=	3586892 kilos anuales
	3587 Toneladas anuales
	299 Toneladas mensuales

### Elaborado por: Los Autores

El punto de equilibrio nos indica la cantidad que se deberá exportar en un determinado tiempo para ni ganar ni perder, en este caso se deberán exportar 3.586.892 kilos anuales al mercado de Austria, y haciendo una pequeña comparación entre la tabla de proyecciones y el punto de equilibrio se puede satisfacer la demanda.

### 2.15.2. Elasticidad

Tabla 20

#### Elasticidad de la demanda

Elasticidad	
	Variación del Precio / Variación de cantidad
Precio General Europa	7
Precio Austria Estimado	11
Cantidad comprada en 2012 por Austria	2.589.000
Cantidad comprada en 2013 por Austria	2.899.000
<b>Calculo de la elasticidad</b>	$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1}$
<b>Elasticidad</b>	0,53881807 6
	<b>Demanda Inelástica</b> <b>Demanda poco sensible con pocos sustitutos</b>

Elaborado por: Los Autores

## 2.16. Análisis Micro ambiental Fuerzas de Porter

COMPETENCIA POTENCIAL	CALIFICACIÓN		
	ALTO	MEDIO	BAJO
PREFERENCIA MARCA			
POLITICAS GUBERNAMENTALES		1	
INVERSIÓN CALIDAD	1		
ECONOMIA DE ESCALA	1		
DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO		1	
	3	2	0
	0.5	0.6	0.2
	2.1	0.3	0
		1.5	

VALOR MAXIMO:  $5 \times 0.5 = 2.5$

VALOR MÍNIMO:  $5 \times 0.2 = 1$

DIFERENCIA: 1.5

VD:  $1.5/3 = 0.5$

LIMITE SUPERIOR:  $2.5 - 0.5 = 2$

LIMITE INFERIOR:  $1 + 0.5 = 1.5$



- **Análisis Competencia Potencial**

Con respecto a la competencia potencial se puede definir como fuerte debido a que el mercado Chino representa el 45 % de las importaciones mundiales según (Sáez, Cancino, Díaz, & Maino, 2013) , pero China es un mercado fuerte debido a que según (Zimmermann S. , La tilapia china como puede ser tan competitiva, 2011) dice

*No hay duda de que varios otros factores se suman a esta situación, y es un desafío divagar sobre los “compounds”(o asociaciones de acuicultores), que negocian en colectivo para la compra de alimentos y fertilizantes de empresas de modelo vertical (muchas veces entidades semi-gubernamentales que proporcionan subsidios.*

En otras palabras el gobierno Chino subsidia a las empresas exportadoras de tilapia las cuales ofrecen un precio extremadamente bajo comparado con otros países, con respecto a la calidad de la Tilapia según (Thodesen, 2013) “la tilapia cultivada en China eran híbridos producidos mediante la cruce de hembras de tilapia del Nilo (*Oreochromis niloticus*) con machos de tilapia Azul (*O. aureus*). Su preferencia es debida al alto porcentaje de descendencia de machos y a su mejor supervivencia a bajas temperaturas”.

AMENAZA COMPETENCIA	CALIFICACIÓN		
	ALTO	MEDIO	BAJO
BARRERAS DE SALIDA			1
NUMERO DE COMPETIDORES	1		
CRECIMIENTO DEL SECTOR	1		
PARTICIPACIÓN COMPETENCIA	1		
PRECIOS	1		
ESTRATEGIAS SIMILARES			1
	4	1	1
	0.5	0.3	0.4
	2	0.3	0.2
		2.5	

VALOR MAXIMO:  $6 \times 0.5 = 3$

VALOR MÍNIMO:  $6 \times 0.2 = 1.2$

DIFERENCIA: 1.8

VD:  $1.8 / 3 = 0.6$

LIMITE SUPERIOR=  $3 - 0.6 = 2.4$

LIMITE INFERIOR=  $1.2 + 0.6 = 1.8$



- **Análisis amenaza Competencia**

Con respecto a la amenaza competencia se puede establecer que es alto con un 2.5 debido a que si se analiza la barrera de salida tenemos que esa alto Ecuador en los últimos años ha dejado de producir Tilapia casi en un 100% sin ni siquiera la posibilidad de mejorar la producción, las viejas prácticas de producción no fueron abandonadas y hoy por hoy se ha abandonado la producción de tilapia y se ha dado la importancia a otras empresas tal y como lo dice (Zimmermann S. , El cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados, 2013) “Esto se debe principalmente a las crisis económicas de los EE.UU., pero también a una significativa disminución de las inversiones en tecnología y la consecuente pérdida de competitividad de Ecuador en este período”, con respecto al número de competidores Ecuador tiene una gran competencia en donde en el siguiente gráfico lo podremos observar



**Figura 38: Principales productores de Tilapia**  
Fuente: Acuicultura Perú

Con respecto al crecimiento del sector existen muchos países que se ha dedicado en los últimos años a la producción de tilapia como es el caso de

Brasil el cual según (Zimmermann S. , El cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados, 2013)

*Brasil mantuvo un frenético ritmo de crecimiento económico y la tilapicultura lo ha acompañado; la producción ha pasado de cerca de 100 mil toneladas (45%del total de la acuicultura brasileña),a más de 200 mil toneladas en 2011 (cerca del 55% del total cultivado), y el país ocupa la sexta posición mundial en producción de tilapia.*

Esto afecta directamente a Ecuador ya que dentro de la región de América llega a ser uno de los principales productores de Tilapia.

Con respecto a los precios se conoce que China es el país que más bajo precio tiene en el mercado debido a los subsidios del gobierno, según (Zimmermann s. , 2014) “La economía de escala permite costos de alrededor de USD\$1/kg en las regiones más eficientes y USD\$1.50/kg en las menos eficientes, siendo África el que tiene los costos de producción más elevados debido a problemas estructurales”.

Con respecto a estrategias similares Ecuador no ha logrado mantener una estrategia a la par de la competencia, según (Zimmermann s. , 2014) países como “Colombia, Costa Rica, Honduras y México, están aprovechando el desabasto para ganar parte del mercado norteamericano, hoy desatendido por Ecuador”.

PODER DE NEGOCIACIÓN PROVEEDORES	CALIFICACIÓN		
	ALTO	MEDIO	BAJO
DOMINADO POR POCOS PROVEEDORES	1		
QUE LA EMPRESA NO SEA CLIENTE IMPORTANTE	1		
INTEGRACIÓN HACIA ADELANTE			1
COSTO SUSTITUCIÓN DE CLIENTES	1		
PRODUCTO O INSUMO ES IMPORTANTE PARA EL CLIENTE	1		
	4	0	1
	2	0	0.2
		2.2	

VALOR MAXIMO:  $5 \times 0.5 = 2.5$

VALOR MÍNIMO:  $5 \times 0.2 = 1$

DIFERENCIA: 1.5

VD:  $1.5/3 = 0.5$

LIMITE SUPERIOR:  $2.5 - 0.5 = 2$

LIMITE INFERIOR:  $1 + 0.5 = 1.5$



- **Análisis del poder negociación proveedores**

Con respecto al poder de negociación proveedores en Ecuador ha dejado de exportar el producto tilapia casi en un 100% esto debido a que Ecuador en la actualidad ha dado mayor importancia a otros productos, según (Zimmermann s. , 2014) “Tal vez eso podría motivar a las principales granjas de tilapia de Ecuador a realizar un cambio radical en 2013, enfocándose en la producción de camarón, hoy plenamente justificada por las varias epidemias que dañan las cosechas del crustáceo en Asia y América, lo que mostraría potenciales subidas de sus precios a nivel global”. Es por ello que hoy en día el principal productor de tilapia es la empresa Produmar, ya que el resto de los proveedores de tilapia ha cambiado la producción de tilapia por otros productos, va existir poca integración hacia adelante ya que irónicamente el cultivo de tilapia se dio por la aparición de la mancha blanca en las piscinas de camarón y este mismo motivo hace que se deje de producir tilapia por las fuertes enfermedades que se ha visto en el mercado asiático.

PODER NEGOCIACION COMPRADORES	CALIFICACIÓN		
	ALTO	MEDIO	BAJO
PRODUCTOS ESTANDARIZADOS	1		
PRODUCTOS/SERVICIOS/MATERIA PRIMA ES IMPORTANTE PARA EL COMPRADOR	1		
INTEGRACION HACIA ATRAS	1		
CONCENTRACIÓN DE COMPRADORES (MUCHOS O POCOS)		1	
COSTO DE CAMBIO DE PROVEEDOR	1		
	4	1	0
	2	0.3	0.2
		2.5	

VALOR MAXIMO:  $5 \times 0.5 = 2.5$

VALOR MÍNIMO:  $5 \times 0.2 = 1$

DIFERENCIA: 1.5

VD:  $1.5/3 = 0.5$

LIMITE SUPERIOR=  $2.5 - 0.5 = 2$

LIMITE INFERIOR=  $1 + 0.5 = 1.5$



- **Análisis poder de Negociación compradores**

Con respecto a los productos estandarizados, la tilapia es un producto que como cualquier otro producto de exportación necesita certificados para su ingreso, los países europeos son estrictos en cuanto a estos productos

Con respecto a la materia prima es importante para el comprador ya que ser países europeos la calidad de los procesos permitirá cerrar la compra como por ejemplo según (Ipac Acuicultura, 2012)

*El logo ASC reconoce a los productos de acuicultura responsablemente criados y producidos, en términos medioambientales y de impacto en las comunidades donde se desarrollan estas actividades. Así, implica también una prueba de buenas prácticas empresariales y proporciona una mayor transparencia fabricación de productos de mariscos, garantizando la trazabilidad desde la granja al plato.*

Esto llega a ser una certificación para que los productos exportados sean estandarizados, de igual manera certifica los procesos que seguirá la tilapia hasta su respectivo consumo.

Con respecto a la integración hacia atrás es posible en el mercado de la tilapia ya que países como Ecuador en donde según (Agronegocios y tecnología, 2011) “El cultivo de tilapia en Ecuador data desde el año 1965, en donde fue introducida por primera vez la especie *Oreochromis mossambicus* en la zona de Santo Domingo de los Colorados”, es decir la tilapia puede ser producida en lugares propicios para su normal desarrollo y es así que se introdujo en Asia, América Latina y Central siendo China el mayor productor de tilapia.

	CALIFICACIÓN		
AMENAZA PRODUCTOS SUSTITUTOS	ALTO	MEDIO	BAJO
LEALTAD MARCA			1
PRECIO			1
TENDENCIAS	1		
	1	0	2
	0.5	0	0.4

VALOR MAXIMO:  $3 \times 0.5 = 1.5$

VALOR MÍNIMO:  $3 \times 0.2 = 0.6$

DIFERENCIA: 0.9

VD:  $0.9 / 3 = 0.3$

LIMITE SUPERIOR:  $1.5 - 0.3 = 1.2$

LIMITE INFERIOR:  $0.6 + 0.3 = 0.9$



- **Análisis amenaza productos sustitutos**

A pesar de que años anteriores Ecuador era considerado como uno de los principales productores de tilapia en la actualidad se ha abandonado este cultivo ya que según (Zimmermann s. , 2014) “las principales granjas de tilapia de Ecuador van realizar un cambio radical en 2013, enfocándose en la producción de camarón, hoy plenamente justificada por las varias epidemias que dañan las cosechas del crustáceo”.

Con respecto al precio de los productos sustitutos podemos comparar el precio de la tilapia y de sus competidores potenciales como son, el camarón; el precio de la tilapia bordea el 1.9 el kilo, mientras que el de camarón bordea los 7,7 Euros por kilo, tal y como podemos ver en la siguiente figura.

<b>Camaron - Palaemon serratus</b>				
<b>Mercado Mayorista Ventanilla - October 19, 2010</b>				
OBS	Cantidad KG	Precio Máximo Eur/kg.	Precio Mínimo Eur/kg.	Precio Medio Eur/kg.
-	200	7,77	3,63	0,00

<b>Tilapia - Oreochromis niloticus</b>				
<b>Ceagesp Wholesale Market - April 30, 2013</b>				
OBS	Cantidad KG	Precio Máximo Eur/kg.	Precio Mínimo Eur/kg.	Precio Medio Eur/kg.
-	-0	1,90	1,52	1,71

**Figura 39: Precio del camarón y tilapia mercado europeo**  
**Fuente: FishPrices**

Como se puede analizar con respecto al precio la tilapia sigue teniendo ventaja, aunque en Ecuador se haya dejado de producir debido a la falta de inversión en la tecnología y al miedo de perder las cosechas y el capital por las plagas es un mercado que puede ser explotado de una buena manera.

Con respecto a la tendencia Ecuador es un país que por su gran diversidad tiene la facilidad de sustituir cierta clase de productos tal y como ocurrió con el camarón según (Hoy, 1999) “Brasil suspendió las importaciones de camarón ecuatoriano como una medida de protección de su industria”.

Un estudio del Centro Nacional de Investigaciones Marinas (Cenaim) determinó que el 70% de la producción camaronera, establecida en cuatro provincias costeras, presenta el virus de la mancha blanca”. Una vez detectado el problema Ecuador cambió la producción de camarón por el cultivo de tilapia como alternativa ante la pérdida del 70% de la producción del camarón, es decir actualmente según (Zimmermann S. , El cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados, 2013) dice que el cambio del cultivo de tilapia al de camarón está plenamente justificado por las diferentes epidemias que afectan a Asia y América y que dañan los cultivos, en otras palabras de acuerdo a la tendencia tanto del mercado internacional y de acuerdo al costo de producción se variará el producto.

### **2.17. Ventaja competitiva**

Según (EL Ergonomista, 2012)

*La ventaja competitiva consiste en una o más características de la empresa, que puede manifestarse de muy diversas formas. Una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales.*

El Ecuador en la actualidad ha perdido varias oportunidades de desarrollo y crecimiento; la no renovación de muchos acuerdos comerciales y por otro lado el no ingresar a muchos otros tratados internacionales llevó a que pierda una importante ventaja competitiva que es el precio y que deja en peligro de perder mercado frente a otros competidores como Perú y Colombia que mantiene un tratado de libre comercio, según (Pro Colombia, 2014) “El TLC, que entró en vigencia en mayo de 2012, permitió el ingreso con cero aranceles de la tilapia, trucha, camarón y cobia, productos que antes pagaban hasta el 3%, lo que ha permitido un aumento en las exportaciones”.

La ventaja competitiva del precio es muy importante para poder ingresar a un mercado pero Ecuador por su ubicación geográfica tiene ventaja en cuanto a la producción de la pesca y acuicultura.

Según (El Agro, 2012) :

*Debido a la calidad del suelo, recursos naturales y condiciones climáticas Ecuador es un país rico en acuicultura, permite la producción en cautiverio de camarón blanco y tilapia, en condición controlada y sostenible durante todo el año. El desarrollo sostenible, aplicado en más de 180.000 hectáreas de piscinas de camarón y tilapia, ha convertido al Ecuador en uno de los principales productores y exportadores de ambos productos en todo el mundo.*

Analizando los criterios antes expuesto se puede determinar que una de las ventajas competitivas más fuertes que tiene el Ecuador en el campo de la acuicultura es su ubicación geográfica y la calidad de productos que por este factor genera y que por ende las personas en el extranjero podrían pagar más por calidad que por precio, existen muchos otros países como China que es un competidor directo de Ecuador el cual trabaja bajo producción a

escala pero tiene un producto de mala calidad tal y como lo advierte (Zimmermann S. , El cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados, 2013).

En conclusión las principales ventajas competitivas que tiene Ecuador en cuanto a la tilapia son: la calidad de sus productos, las estrategias gubernamentales para su promoción en el extranjero, además del encargo fiduciario que es una gran ventaja competitiva, ya que es un contrato que contempla la irrevocabilidad de las decisiones, el mismo se termina cuando los objetivos o el plazo se hayan cumplido y permite también la adhesión de nuevos constituyentes, lo cual le hace un contrato flexible que se ajusta a las necesidades de las personas que intervienen en él.

## 2.18. Matriz estratégica FODA

**Tabla 21**

**Matriz FODA**

Fortalezas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ventaja competitiva de calidad aprovechando la ubicación geográfica.</li> <li>2. Precio accesible con respecto a otros productos como son la trucha, camarón.</li> <li>3. Excelente clima para una buena producción de tilapia.</li> <li>4. Las mismas empresas productoras de tilapia son las exportadoras, evitando explotación de pequeños productores y la sobredimensión del precio.</li> <li>5. Representación de muchos productos ecuatorianos en el mercado europeo lo que facilita el ingreso al mercado.</li> </ol>
Oportunidades	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Política de apertura de nuevos mercados por parte de Ecuador.</li> <li>2. Seguridad en cuanto a inversión en Austria.</li> <li>3. Bajas tasas de desempleo lo que permite</li> </ol>

Continúa 

	<p>conocer que las personas tienen capacidad para adquirir.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Balanza comercial positiva para Ecuador.</li> <li>5. Facilidad para realizar negocios.</li> <li>6. Al mostrar estabilidad laboral se llega a la conclusión que las personas compran por calidad y más no por precio.</li> <li>7. El precio internacional de tilapia depende de la calidad del producto.</li> <li>8. Inversión en I+D lo que hace que los negocios se faciliten.</li> </ol>
Debilidades	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fuerte competencia extranjera ya que Ecuador no produce en escala.</li> <li>2. Repercusiones directas en cuanto a las exportaciones de productos por la no renovación de tratados internacionales.</li> <li>3. Poca participación del estado en la producción agropecuaria.</li> <li>4. Demasiada importancia a los productos tradicionales ecuatorianos.</li> <li>5. No se ha invertido en desarrollar el sector acuícola especialmente tilapia dejando de lado este sector.</li> </ol>
Amenazas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PIB ecuatoriano en alza afectando a la producción nacional.</li> <li>2. Mala Utilización de políticas en cuanto a la balanza comercial promoviendo que existan represalias en cuanto al comercio internacional.</li> <li>3. Las políticas sociales implantadas por el gobierno nacional del Ecuador afectan al desarrollo de la población ya que no existe una estabilidad.</li> <li>4. El aspecto tecnológico es una amenaza ya que si bien es cierto se ha invertido en infraestructura se ha dejado de lado la inversión estratégica por sectores en donde aún se utilizan técnicas</li> </ol>

obsoletas de producción.

5. Fuerte competencia en cuanto al ingreso de nuevos productos ya que el principal proveedor de Lituania de tilapia son los países Asiáticos.
6. Los principales socios comerciales son los países de Europa Central y Asia, es decir a pesar de tener una balanza comercial positivo no somos un proveedor importante para este país.
7. Subsidio de gobiernos a la producción nacional desestabilizando los mercados internacionales.
8. Pérdida del protagonismo en sector de la tilapia por el abandono de este sector por parte de Ecuador.

**Elaborado por: Los Autores**

## **2.19. Fideicomiso De Exportación como herramienta de comercio exterior.**

De acuerdo a los datos obtenidos en la Subsecretaría Nacional de Acuicultura y los datos obtenidos en el Banco Central se concluye que Ecuador vino disminuyendo las exportaciones de tilapia hasta en un 90%, el objetivo del fideicomiso es reactivar el sector de tilapia mediante un contrato que asegure estabilidad a los productores ecuatorianos. Según (Ley de Mercado de Valores, Capítulo XV, Art. 114 ) dice que:

*Encargo fiduciario es el contrato escrito y expreso por el cual una persona llamada constituyente instruye a otra llamada fiduciario, para que de manera irrevocable, con carácter temporal y por cuenta de aquél, cumpla diversas finalidades, tales como de gestión, inversión, tenencia o guarda,*

*enajenación, disposición en favor del propio constituyente o de un tercero llamado beneficiario.*

Se debe tener muy en cuenta esta definición debido a que en los encargos fiduciarios no se transfiere ninguna propiedad ya que lo que se busca es cumplir con las finalidades inscritas en el contrato tal y como se expresa en la (Ley de Mercado de Valores, Capítulo XV, Art. 114 ) :

*En este contrato se presentan los elementos subjetivos del contrato de fideicomiso mercantil, pero a diferencia de éste no existe transferencia de bienes de parte del constituyente que conserva la propiedad de los mismos y únicamente los destina al cumplimiento de finalidades instituidas de manera irrevocable. Consecuentemente, en los encargos fiduciarios, no se configura persona jurídica alguna.*

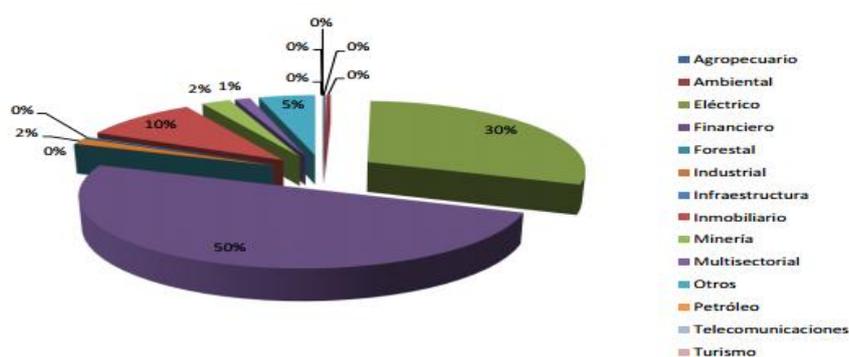
Los negocios fiduciarios en el Ecuador se vienen manejando ya desde algún tiempo, cabe recalcar que existen diferentes tipos de fideicomisos y que este contrato es tan flexible que puede ser utilizado para diferentes fines tal y como lo dice Carlos Flores en la revista de comercio exterior (Flores, 2012): “El servicio fiduciario cubre siempre necesidades de nuestros clientes, es una figura muy adaptable y sus finalidades pueden ser tan amplias como sea la imaginación de quien lo elabora e instrumenta, siempre y cuando esas finalidades sean lícitas y determinadas”.

En el Ecuador los fideicomisos son manejados en sus diversos modelos como se observa en el siguiente gráfico en donde la figura del fideicomiso administrativo es el más manejado.



**Figura 40: Modelos de Fideicomisos 2012 y sus respectivas comisiones**  
Fuente: Corporación Financiera Nacional

También se puede ver en el siguiente gráfico que los sectores que más apuestan por este modelo de negocio son: el sector agropecuario, eléctrico y ambiental.



**Figura 41: Recursos administrados por sectores 2012**  
Fuente: Corporación Financiera Nacional

## 2.20. Estrategia Macro para la tilapia.

La unión Europea es un mercado muy estricto, según (Legarda, 2014) “coinciden que el punto crucial para llegar a Europa es la calidad del producto”. Según (Lideres Ec., 2014):

*Camarones, atún, flores, banano, sombreros de paja toquilla, jugos de frutas, café, chocolate, cacao del Ecuador son demandados por los consumidores europeos. Para ello, las*

*firmas productoras locales han tenido que realizar inversiones y cumplir con los requerimientos. Otras han logrado ingresar directamente gracias a sus altos estándares de calidad.*

Es por ello que se quiere aplicar la estrategia de diferenciación del producto ya que como se ha descrito en el punto referente a la ventaja competitiva la calidad es uno de nuestros principales fuertes que tiene Ecuador.

Según (Zambrano Alexandra, 2012) de la revista el Agro dice: “Por su ubicación geográfica y condiciones climáticas, el Ecuador, es un país privilegiado para la pesca y la acuicultura a lo largo de sus costas. Estos factores permiten una producción sostenible durante todo el año”. Es por ello que la estrategia de diferenciación es bien aplicada para este ya que las condiciones climáticas generan productos de alta calidad que por ende se van a ver reflejados en el precio.

Ecuador con respecto a los costos de producción no se puede comparar con la producción de otros países como los asiáticos quienes controlan el mercado por su producción en cantidad mas no por calidad, ya que tienen incentivos fuertes a su producción tal y como dice: (Zimmermann S. , La tilapia china como puede ser tan competitiva, 2011) “No hay duda de que varios otros factores se suman a esta situación, y es un desafío divagar sobre los “compounds”(o asociaciones de acuicultores),que negocian en colectivo para la compra de alimentos y fertilizantes de empresas de modelo vertical (muchas veces entidades semi-gubernamentales que proporcionan subsidios”, es por ello que los costos de producción varían ya que ciertos gobiernos dan una mano a la producción bajando sus costos y volviendo más competitivo a este sector, lo que para Ecuador esto es un poco difícil ya que según (Zimmermann S. , El cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados, 2013) dice:

*Tal vez eso podría motivar a las principales granjas de tilapia de Ecuador a realizar un cambio radical en 2013, enfocándose en la producción de camarón, hoy plenamente justificada por las varias epidemias que dañan las cosechas del crustáceo en Asia y América, lo que mostraría potenciales subidas de sus precios a nivel global.*

No existe un compromiso ni apoyo total a la producción de tilapia lo que ha llevado a que no se invierta en tecnología dando la espalda al sector tilapia, encareciendo la producción para las empresas que todavía siguen produciendo tilapia. Según (Zimmermann S. , El cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados, 2013) dice:

*La disminución de la exportación ecuatoriana de filete a los EE.UU. En los últimos 5 años, de 27 mil t (2007) a 17 mil t en 2011. Esto se debe principalmente a las crisis económicas de los EE.UU., pero también a una significativa disminución de las inversiones en tecnología y la consecuente pérdida de competitividad de Ecuador en este período.*

El factor competitividad es clave ya que al producir en bajas cantidades y tratar de introducir el producto a nuevos mercados el costo de producción va a aumentar teniendo que ser enfocado a ciertos segmentos de mercado que tengan capacidad adquisitiva para comprar.

## CAPÍTULO 3

### ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS A TRAVÉS DE UN FIDEICOMISO DE EXPORTACIÓN

#### 3.1. Negocios Fiduciarios

Según la (Ley de Mercado de Valores) afirma que los Negocios fiduciarios son:

*Un acto de confianza, en el que una persona entrega a otra, uno a más bienes, transfiriéndole o no la propiedad de los mismos, para que ésta cumpla con una finalidad específica a favor de un tercero, e incluso de sí mismo. Si hay transferencia de la propiedad de los bienes el fideicomiso se denominará mercantil, particular que no se presenta en los encargos fiduciarios, en los que sólo existe la entrega de los bienes. (Art. 112)*

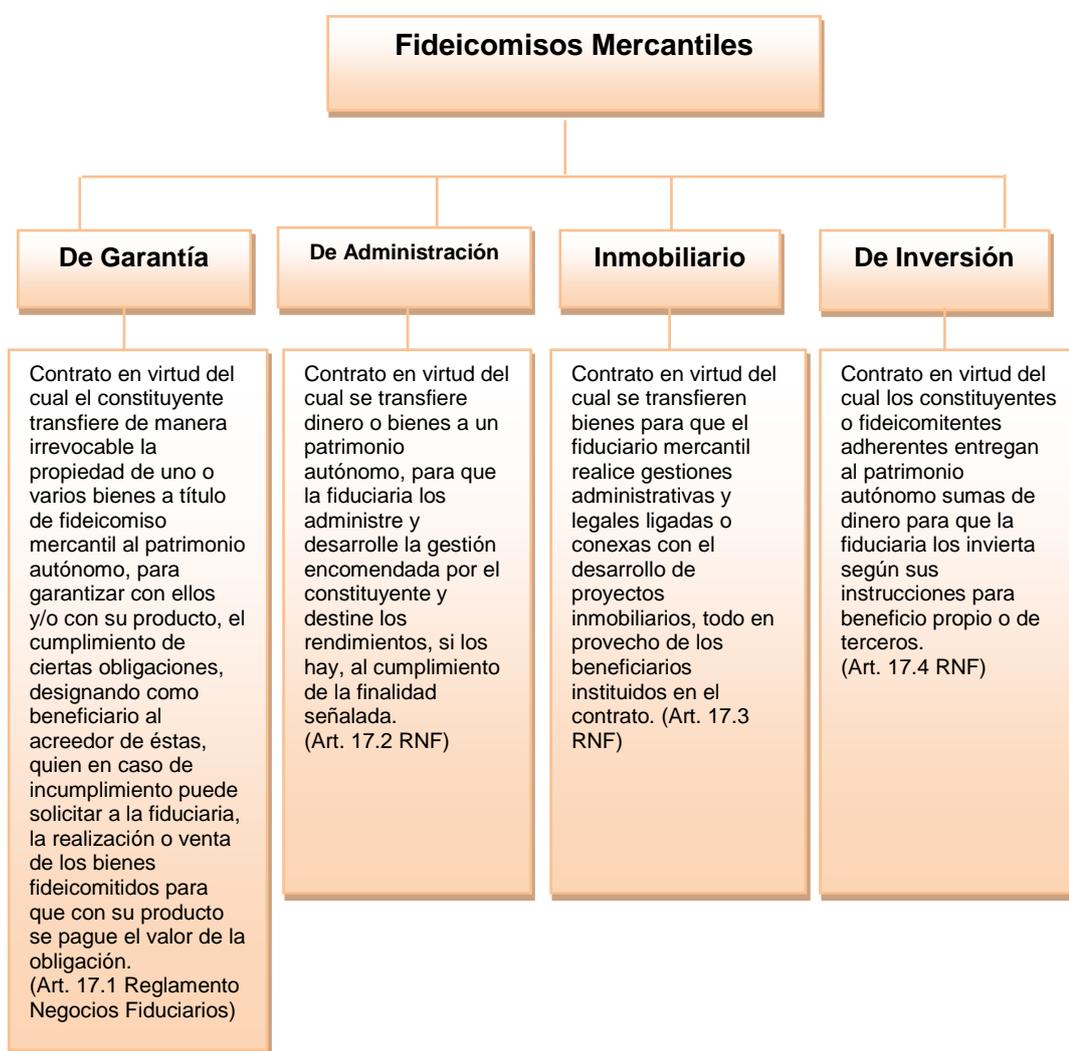
Los negocios fiduciarios se dividen de acuerdo a la transferencia o no de la propiedad de los bienes en:

##### 3.1.1. Fideicomiso mercantil

Según la (Ley de Mercado de Valores) afirma que el Fideicomiso Mercantil:

*Una o más personas llamadas constituyentes o fideicomitentes transfieren, de manera temporal e irrevocable, la propiedad de bienes muebles o inmuebles corporales o incorporeales, que existen o se espera que existan, a un*

*patrimonio autónomo, dotado de personalidad jurídica para que la sociedad administradora de fondos y fideicomisos, que es su fiduciaria y en tal calidad su representante legal, cumpla con las finalidades específicas instituidas en el contrato de constitución, bien en favor del propio constituyente o de un tercero llamado beneficiario". (Art. 109, LMV)*



**Figura 42: Fideicomisos Mercantiles**  
**Fuente: Reglamento de Mercado de Valores, 1998.**

### 3.1.2. Encargo fiduciario

Según la (Ley de Mercado de Valores) afirma que el Encargo Fiduciario:

*Contrato escrito y expreso por el cual una persona llamada constituyente instruye a otra llamada fiduciario, para que de manera irrevocable, con carácter temporal y por cuenta de aquél, cumpla diversas finalidades, tales como de gestión, inversión, tenencia o guarda, enajenación, disposición en favor del propio constituyente o de un tercero llamado beneficiario.(Art. 114, LMV)*



**Figura 43: Encargos Fiduciarios**

**Fuente: Reglamento de Mercado de Valores, 1998.**

## 3.2. Sujetos que intervienen en el Fideicomiso

### 3.2.1. Constituyente

Según (Mendoza, Elker) “Persona natural o jurídica, pública o privada o mixta, nacional o extranjera, o la entidad dotada de personalidad jurídica quien transfiere la propiedad de sus bienes o derechos para que los administre un fiduciario”.

### **3.2.2. Fiduciario**

Según (Mendoza, Elker) “Es la persona jurídica autorizada para administrar negocios fiduciarios de acuerdo a las condiciones establecidas en el contrato de constitución”.

### **3.2.3. Beneficiario**

Según el (Art. 116 Ley de Mercado de Valores. Régimen de Mercado de Valores tomo 1, página 29)

*Personas naturales o jurídicas o entidades dotadas de personalidad jurídica designadas como tales por el constituyente en el contrato fiduciario o posteriormente si se hubiera previsto tal situación en el contrato. Es posible designar a una persona que se espera exista, así como que coexistan varios beneficiarios entre los cuales si el constituyente lo considera pueden establecerse grados de preeminencia e inclusive beneficiarios sustitutos. En caso de que el constituyente no determine el beneficiario en el contrato constitutivo o se haya determinado que lo será en acto posterior, será el propio constituyente. Jamás podrá ser el Fiduciario, sus Administradores, Representantes Legales O Empresas Vinculadas*

### **3.3. El Contrato**

Según el (Art. 4 RNF) “Los contratos de los negocios fiduciarios deben redactarse en términos sencillos y de clara comprensión, determinando claramente el objeto del fideicomiso mercantil o del encargo fiduciario”. En cuanto a la forma de constitución tanto del fideicomiso mercantil como del encargo fiduciario se determina lo siguiente:

- El fideicomiso mercantil debe constituirse mediante escritura pública. (Art. 2 lit. a RNF; art. 110 LMV; Art. 24 Regl. LMV)
- Encargo fiduciario no requerirán de instrumento público abierto, pero sí de contrato escrito. (Art. 2 lit. b RNF; Art. 114 LMV)

### **3.3.1. Formalidades de los Contratos de Constitución**

Según la Ley de Mercado de Valores en su artículo 120, indica lo siguiente:

Requisitos que debe poseer el contrato para Negocios Fiduciarios:

- La identificación del o los constituyentes y del o los beneficiarios;
- Una declaración juramentada del constituyente de que los dineros o bienes transferidos tienen procedencia legítima; que el contrato no adolece de causa u objeto ilícito y, que no irroga perjuicios a acreedores del constituyente o a terceros;
- La transferencia de los bienes en fideicomiso mercantil y la entrega o no cuando se trate de encargos fiduciarios;
- Los derechos y obligaciones a cargo del constituyente, de los constituyentes adherentes, en caso de haberse previsto su adhesión, del fiduciario y del beneficiario;
- Las remuneraciones a las que tenga derecho el fiduciario por la aceptación y desempeño de su gestión;
- La denominación del patrimonio autónomo que surge como efecto propio del contrato;
- Las causales y forma de terminación del fideicomiso mercantil;
- Las causales de sustitución del fiduciario y el procedimiento que se adoptará para tal efecto;
- Las condiciones generales o específicas para el manejo, entrega de los bienes, frutos, rendimientos y liquidación del fideicomiso mercantil.

### 3.3.2. Cláusulas prohibidas en el Contrato de Constitución

En la Ley de Mercado de Valores artículo 120 numeral 3, señala que dentro del contrato de negocios fiduciarios no se podrán estipular ciertas cláusulas, las mismas que se detallan a continuación:

- Previsiones que disminuyan las obligaciones legales impuestas al fiduciario o acrecienten sus facultades legales en aspectos importantes para el constituyente y/o beneficiario, como aquellas que exoneren la responsabilidad de aquél o se reserve la facultad de dar por terminado el contrato anticipadamente o de apartarse de la gestión encomendada, sin que en el contrato se hayan indicado expresamente los motivos para hacerlo y se cumplan los trámites administrativos a que haya lugar;
- Limitación de los derechos legales del constituyente o beneficiario, como el de resarcirse de los daños y perjuicios causados, ya sea por incumplimiento o por defectuoso cumplimiento de las obligaciones del fiduciario;
- La determinación de circunstancias que no se hayan destacado con caracteres visibles en la primera página del contrato al momento de su celebración, a partir de las cuales se derive, sin ser ilegal, una consecuencia en contra del constituyente o beneficiario, o que conlleve la concesión de prerrogativas a favor del fiduciario;
- Previsiones con efectos desfavorables para el constituyente o beneficiario que aparezcan en forma ambigua, confusa o no evidente, y, como consecuencia, se le presenten a éste discrepancias entre los efectos esperados o previsibles del negocio y los que verdaderamente resulten del contenido del contrato;
- La posibilidad de que quien debe cumplir la gestión encomendada sea otra persona diferente al fiduciario, sustituyéndose así como obligado, salvo que por la naturaleza del contrato se imponga la necesidad de hacerlo en personas especializadas en determinadas materias;

- Las que conceden facultades al fiduciario para alterar unilateralmente el contenido de una o algunas cláusulas, como aquellas que permitan reajustar unilateralmente las prestaciones que correspondan a las partes contratantes.

Están prohibidas además las cláusulas que desnaturalicen el negocio fiduciario, desvíen su objeto original, o se traduzcan en menoscabo ilícito de algún derecho ajeno. Tratándose de contratos de adhesión, las cláusulas ambiguas se interpretarán a favor del fideicomitente y/o beneficiario. Por lo demás, los contratos de adhesión deberán contemplar los requisitos que para el efecto señale la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

### **3.3.3. Contratos de Adhesión**

De acuerdo al (Art. 21 RNF):

*Cuando un tercero se adhiera a un contrato de fideicomiso mercantil o encargo fiduciario, aquél deberá suscribir el respectivo instrumento, mediante el cual acepta las disposiciones del contrato original. En los negocios fiduciarios que tienen la obligación de inscribirse, la fiduciaria debe presentar una copia del modelo del contrato de adhesión, de haberlo, al solicitar la inscripción del contrato original. Asimismo, deberá, dentro de los primeros quince días de cada mes, comunicar a la Superintendencia de Compañías la nómina de los constituyentes adherentes.*

### **3.3.4. Inscripción de los Negocios Fiduciarios**

Conforme al (Art. 19 RNF) “Los negocios fiduciarios cuyos constituyentes sean las entidades del sector público, los que prevean contar con constituyentes adherentes y los fideicomisos mercantiles que se utilicen como mecanismo para procesos de titularización deberán inscribirse en el

Registro del Mercado de Valores”. Para la inscripción de estos contratos se requerirá una solicitud de inscripción, suscrita por el representante legal de la fiduciaria, a la que deberá adjuntarse lo siguiente (Art. 20 RNF):

- Copia de la escritura pública del contrato del fideicomiso mercantil o del respectivo contrato de encargo fiduciario.
- Adicionalmente, el fiduciario deberá llenar la ficha de registro que contendrá al menos lo siguiente:
  - Denominación del fideicomiso mercantil o del encargo fiduciario;
  - Número del RUC del fideicomiso mercantil (copia del documento);
  - Nombre de la fiduciaria;
  - Nombre de los fideicomitentes o constituyentes (fotocopia de la C.I., pasaporte o RUC);
  - Nombre de los beneficiarios (fotocopia de la cédula de identidad, pasaporte o RUC);
  - Descripción y valoración del patrimonio autónomo inicial actual, acorde con su naturaleza.

Con respecto a la (Disposición transitoria RNF)

*Aquellos negocios fiduciarios que se encontraren constituidos y que de conformidad con lo anteriormente señalado, requieran inscribirse en el Registro del Mercado de Valores y de la Información Pública, deberán iniciar el trámite respectivo a partir de la publicación del RNF en el Registro Oficial, debiendo concluirlo en el plazo máximo de 90 días calendario.*

De las Obligaciones y Derechos de las partes Según el Título XV, capítulo II, artículo 126 y 127 correspondiente a los derechos del constituyente y del beneficiario, respectivamente de la Ley de Mercado de Valores dice:

- **Derechos del constituyente**

Son derechos del constituyente del fideicomiso mercantil:

- a) Los que consten en el contrato;
- b) Exigir al fiduciario el cumplimiento de las finalidades establecidas en el contrato de fideicomiso mercantil;
- c) Exigir al fiduciario la rendición de cuentas, con sujeción a lo dispuesto en esta Ley y a las normas de carácter general que imparta el C.N.V., sobre la actividad fiduciaria y las previstas en las cláusulas contractuales; y,
- d) Ejercer las acciones de responsabilidad civil o penal a que hubiere lugar, en contra del fiduciario por dolo, culpa leve en el desempeño de su gestión.

- **Derechos del beneficiario.**

Son derechos del beneficiario del fideicomiso mercantil:

- a) Los que consten en el contrato;
- b) Exigir al fiduciario el cumplimiento de las finalidades establecidas en el contrato de fideicomiso mercantil;
- c) Exigir al fiduciario la rendición de cuentas, con sujeción a lo dispuesto en esta Ley y a las normas de carácter general que imparta el Consejo Nacional de Valores., sobre la actividad fiduciaria y las previstas en las cláusulas contractuales;
- d) Ejercer las acciones de responsabilidad civil o penal a que hubiere lugar, en contra del fiduciario por dolo, culpa grave o culpa leve en el desempeño de su gestión;
- e) Impugnar los actos de disposición de bienes del fideicomiso mercantil realizados por el fiduciario en contra de las instrucciones y finalidades del fideicomiso mercantil, dentro de los términos establecidos en la Ley; y,
- f) Solicitar la sustitución del fiduciario, por las causales previstas en el contrato, así como en los casos de dolo o culpa leve en los que haya incurrido el fiduciario, conforme conste de sentencia ejecutoriada o

laudo arbitral y, en el caso de disolución o liquidación de la sociedad administradora de fondos y fideicomisos.

### **3.4. Rendición de Cuentas**

Por rendición de cuentas se entenderá a la información pormenorizada y comprobada acerca de la labor desarrollada por la fiduciaria.

Según la El Reglamento sobre Negocios Fiduciarios en su artículo 14 indica que:

*La ocurrencia de cualquier hecho de carácter económico, jurídico, administrativo o contable que incida en el desarrollo normal de la labor encomendada, debe informarse inmediatamente al constituyente o beneficiario señalando las medidas correctivas adoptadas, cuando sean del caso, sin perjuicio de que, para efecto de su necesaria verificación, se acompañen los sustentos que documenten la información presentada.*

De acuerdo al Reglamento sobre Negocios Fiduciarios, artículo 16 señala que:

*La rendición de cuentas debe basarse en documentos que comprueben la veracidad de la actuación, observando, cuando menos, las instrucciones que a continuación se imparten para cada tipo de negocio fiduciario y teniendo presente que la comprobación exigida por la ley se satisface con la utilización de procedimientos que le permiten al fideicomitente y/o beneficiario tener conocimiento de la*

*existencia de los documentos que acreditan las diversas actuaciones de la fiduciaria, en el entendido de que deben hacer factible la verificación o revisión física de tales documentos.*

Dicha descripción debe contener al menos lo detallado a continuación:

- Descripción de las actividades realizadas;
- Estado y situación jurídica de los bienes fideicomitidos;
- Estados financieros comprendidos entre el último reporte y la fecha del informe;
- Informe de auditoría externa en los casos previstos en el RNF.

En el caso del fideicomiso de administración se debe presentar lo siguiente:

- Indicación en forma detallada de la evolución del negocio.
- Las gestiones programadas y realizadas por la fiduciaria.

### **3.5. Remisión de información a la Superintendencia de Compañías**

Según el Título XV, capítulo II, artículo 130 párrafo 1 de la Ley de Mercado de Valores dice:

*Los aspectos contables y financieros de la rendición comprobada de cuentas deben guardar armonía con la información que tiene que presentar el fiduciario a la Superintendencia de Compañías, respecto de aquellas situaciones que afecten de manera importante el estado general del fideicomiso mercantil o encargo fiduciario y, los correctivos a las medidas que se adoptarán para continuar el curso normal del fideicomiso mercantil o encargo fiduciario.*

### **3.6. Remuneración del Fiduciario**

De acuerdo al Título XV, capítulo II, artículo 132 de la Ley de Mercado de Valores indica:

La actuación de la sociedad administradora de fondos y fideicomisos será siempre remunerada y constará en el contrato de fideicomiso mercantil.

### **3.7. Terminación del fideicomiso mercantil o encargo fiduciario**

Son causas de terminación del fideicomiso mercantil o del encargo fiduciario, además de las previstas en el contrato constitutivo, las siguientes:

- a) El cumplimiento de la finalidad establecida en el contrato;
- b) El cumplimiento de las condiciones;
- c) El cumplimiento o la falla de la condición resolutoria;
- d) El cumplimiento del plazo contractual;
- e) La imposibilidad absoluta de cumplir con la finalidad establecida en el acto constitutivo;
- f) La sentencia ejecutoriada dictada por autoridad judicial competente o el laudo arbitral, de conformidad con la Ley;
- g) La resciliación del contrato de fideicomiso mercantil, siempre que no afecte los derechos del constituyente, de los constituyentes adherentes, del beneficiario, de acreedores del fideicomiso mercantil o de terceros; y,
- h) La quiebra o disolución del fiduciario, siempre que no exista sustituto.

### **3.8. Aplicación del encargo fiduciario al producto tilapia**

De acuerdo a la investigación, para el caso de la tilapia se aplicará como herramienta de desarrollo productivo el encargo fiduciario, según (Romero Arteta Ponce Abogados, 2012) comenta:

*La ventaja de esta figura legal es que los bienes, incluidas las acciones, no son transferidos al fiduciario sino meramente entregados, para que se cumpla la voluntad de los*

*constituyentes, ejerciendo todos los derechos accionarios con sujeción a los acuerdos celebrados. A esta figura se lo considera como un mandato. La función del fiduciario o mandatario es la de únicamente administrar y conservar los bienes sin que los accionistas pierdan el control de las acciones. El encargo fiduciario puede ser revocado luego de haber cumplido la condición o el plazo estipulado en el contrato. Los accionistas mediante en un acuerdo privado podrían determinar la estructura administrativa del encargo fiduciario, en el caso de que dicho mandato fuere encomendado a una persona jurídica.*

Según (Crespo, 2014) Ingeniero de la Subsecretaria de Acuicultura nos indica que para que el fideicomiso tenga un efecto positivo dentro de las empresas productoras de tilapia tiene que estar fundamentado en tres pilares:

- Innovación y desarrollo
- Precio
- Insumos.

Innovación y desarrollo porque mediante la investigación se puede lograr no solo una mayor producción de tilapia, sino que también podrá destinar a la producción de alevines más fuertes, más resistentes y que alcancen los estándares de calidad europeos, además que se podrá preparar con antelación estrategias para evitar la pérdida de la producción por plagas.

Con respecto a los precios, el nuevo mercado internacional garantizará el desempeño positivo del fideicomiso con un precio más alto que el actual,

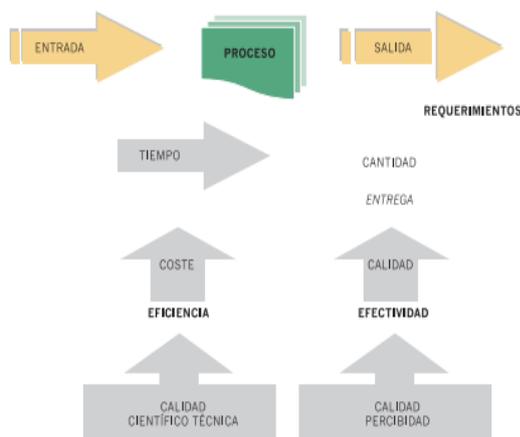
con el fin de que los excedentes sean destinados tanto para la administración del fideicomiso como para los fines que se quieren alcanzar.

En lo que se refiere a la parte de insumos para la producción de tilapia según (Crespo, 2014) "Lo que se buscaría es manejar de una mejor manera el transporte y abastecimiento de los nutrientes esenciales para la producción de tilapia".

Para el caso de los insumos la empresa exportadora de tilapia controlará la calidad de los mismos con el fin de garantizar la calidad del producto exportado, para llegar a este fin se exigirá a los proveedores un sistema de asociatividad y creación de un centro de acopio con el fin de poder realizar un seguimiento continuo a este producto. Según (Guía de Diseño y Mejora Continua en Procesos Asistenciales) dice

*Un sistema de evaluación y seguimiento de calidad de un proceso exige de un sistema de información que lo sustente, y que se constituye como la base fundamental para la valoración de la mejora a largo plazo. Éste ha de tener cobertura integral, con el fin de facilitar tanto la obtención de indicadores globales y poblacionales como las fuentes de datos que permitan la gestión de casos y la trazabilidad de los mismos a lo largo del proceso.*

Con la obtención y medición de indicadores lo que buscará será llegar a una calidad total y estandarizada por parte de los proveedores con el fin de que no se vea afectado el producto final. En el caso de que no se puedan alcanzar las exigencias con los proveedores nacionales, como segunda opción está la implementación de una franquicia para el abastecimiento de los insumos necesarios para la tilapia con la empresa AQUA Chile, la cual ya ha venido trabajando en países como Costa Rica.



**Figura 44: Proceso de control continuo**  
**Fuente: Guía de Diseño y mejora continua en Procesos Asistenciales**

Según (Crespo, 2014) para que el fideicomiso actúe se debe asegurar a los productores un precio justo mediante un modelo ganar-ganar, esto quiere decir que la inversión para el fideicomiso no se interponga entre las utilidades que actualmente perciben los productores, es por ello que en la investigación de mercados internacionales se buscó un nuevo mercado con el fin de dejar la dependencia hacia los Estados Unidos y encontrar mercados potenciales con precios razonables.

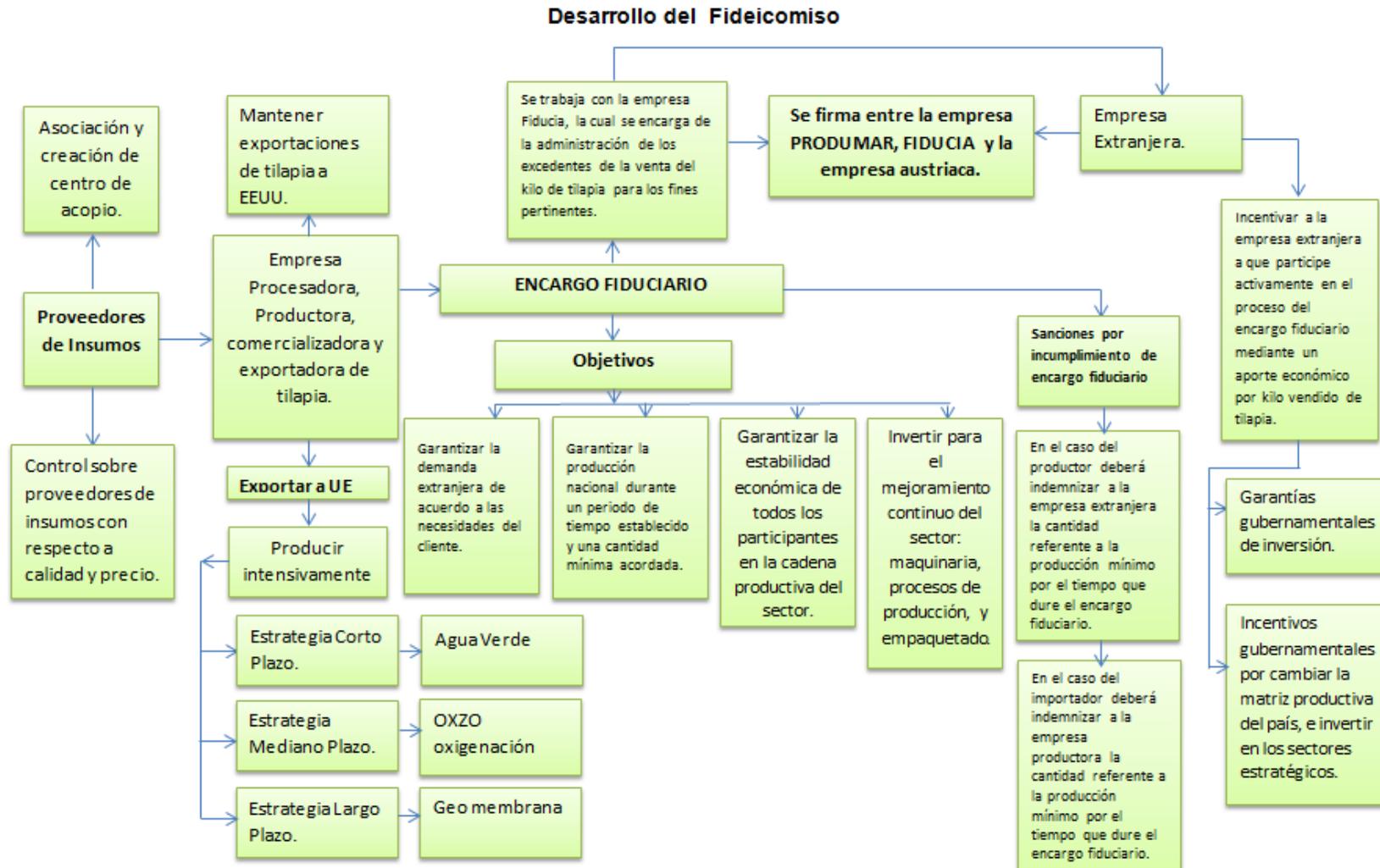


Figura 45: Desarrollo del Encargo Fiduciario

Dentro del proceso de producción los proveedores de insumos cumplen un rol fundamental lo cual les beneficia indirectamente del encargo fiduciario, debido a que con ellos se asegura la calidad del producto final, según (Silva, 2011) “aspectos como la productividad, genética, bioseguridad, nutrición y procesamiento es donde se encuentran las brechas más importantes y que marcarán las diferencias entre una empresa y otra”, es por ello que cada uno de los elementos que forman parte de este modelo de fideicomiso son importantes ya que es un ciclo en el cual se deben cumplir y mejorar todas las fases para obtener un producto de exportación de acuerdo a las exigencias del mercado.

Con estas industrias se generará alianzas estratégicas con el fin de exigir eficiencia en procesos de alimentación con respecto a dietas esenciales para la nutrición y engorde de la tilapia.

La búsqueda de un nuevo mercado internacional ayuda a promocionar y posicionar los productos ecuatorianos en el extranjero volviéndose una alternativa más de exportación, pero no con ello se debe pensar que se va a dejar de lado el mercado americano que ha sido nuestro principal comprador, un nuevo mercado implica contar con más producto para la exportación por lo que se deberán implementar estrategias de producción y cultivo con el fin de poder satisfacer a dos mercados. Entre ellas se pondrán en marcha estrategias como por ejemplo las utilizadas en los países como el Salvador y Belice que de acuerdo a (Aquaculture Production Technology. Cia. Ltd.) denominado recirculación de “agua verde” de APT el cual consiste en:

*El tratamiento se logra por la acción de las poblaciones naturales de bacterias y algas, que se desarrollan en los reservorios y estanques de tierra (de allí la denominación de “agua verde”). Estas bacterias y algas realizan la descomposición heterotrófica de los desechos orgánicos,*

*seguida por la oxidación del amoníaco en nitrito y nitrato a través de la nitrificación y desnitrificación por bacterias específicas (Nitrosomonas sp. y Nitrobacter sp.).*

De esto, que dentro de los beneficios de este sistema es la optimización de costos en cuanto a la eliminación de desechos, optimización de recursos hídricos y menor inversión de capital en cuanto a bombas de agua, optimización de recursos eléctricos. En este caso esta estrategia, será la que a corto plazo se implementará con el fin de optimizar recursos financieros y generar mayor producción, ya que por desconocimiento y falta de investigación no han sido aplicados.

Como estrategia a mediano plazo está la utilización del oxígeno por medio de la empresa OXZO S.A el cual según (Aquahoy, 2013) dice que: “permite una evidente mejoría de los resultados productivos ya que asegura un buen crecimiento de los peces, en donde se puede ver la reducción de costos y un rendimiento”.

Como estrategia a largo plazo se implementará el cultivo mediante ecosistemas cerrados de Geomembrana, los cuales de acuerdo a (Tilapia center, 2010) funciona de la siguiente manera:

*Nuestros paquetes de cultivo Intensivo de tilapia fundamentalmente se basan en sistemas cerrados, es decir, que el agua es aprovechada constantemente mediante la acción de una bomba de recirculación del agua. Es así que están pensados para optimizar tanto el agua como el espacio físico. En este sentido, a pequeña escala se puede cultivar incluso en un patio o una terraza, aprovechando el agua lluvia o agua potable (previa eliminación del cloro).*

Cabe recalcar que este sistema es de producción verde lo cual enlaza de manera directa y positiva con las exigencias del mercado europeo.

A continuación se detallará una tabla en la cual se mide los resultados obtenidos con la utilización de esta técnica.

**Tabla 22**

**Estanques de ecosistemas cerrados**

		<b>Módulo TILAP 46</b>	
<b>DATOS BÁSICOS</b>		<b>VALOR EN UNIDADES</b>	
		<b>VALOR</b>	
		<b>USD</b>	
		<b>REF.</b>	
<b>Densidad de cultivo /m3 agua</b>	35	Kg/m3	
<b>Volúmen (Kg) producción anual:</b>	8820	Kg tilapia	USD 30.870
<b>Precio de venta tilapia /Kg</b>			USD 3,5
<b>Área mínima requerida</b>	204	m2	
<b>Consumo estimado balanceado</b>	7761,6	Kg	USD 6.287
<b>Utilidad bruta (Primer Año)</b>			USD 24.583
<b>CANT.</b>	<b>NOMBRE COMPONENT.</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	
<b>TANQUES</b>			
<b>4</b>	Tanque TG6M	Tanque Geomembr.; 6m diám.; 28 m3 vol. agua + Sist.dDrenaje entrada/salida; instalado en sitio	
<b>FILTRO BIOLÓGICO</b>			
<b>2</b>	Filtro VORBIO LEO 6T	Sistema Filtro Ecológico: Vórtice, biológico y Lecho F. + estructura madera; incluye bomba agua	
<b>ACCESORIOS</b>			
<b>1</b>	Accesorios	Accesorios de drenaje como tubería, pegamento, etc	
<b>3</b>	Accesorios	Equipo de aireación: Soplador o Splash ; 1,5 Hp	
<b>PRECIO REFERENCIAL DEL KIT (sin IVA) (inversión)</b>			USD 10.676

**Fuente: Tilapiaacenter**

Las estrategias anteriormente mencionadas son aplicables una vez desarrollado el fideicomiso entendiendo a este como un contrato mandatorio en el cual se deben cumplir con los objetivos y metas impuestos en el contrato. Cada uno de estos estanques cerrados aumentará la producción en un 0.21% utilizando menos espacio físico.

Por otro lado el precio de mercado determina el excedente que se utilizará para la administración del encargo fiduciario. Según (Fish choice, 2014) dice: “Después de que se mantuvo estable durante los primeros seis meses del año en niveles récord, el precio de los congelados 5/7 oz filetes de tilapia tratados a los distribuidores bajaron un centavo en julio a \$ 2.60 / lb” es decir a 5,72 por kg.

Es por ello que según (La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2013)expresa:

*En un giro de los acontecimientos, las importaciones de filetes de tilapia congelados de la UE durante el primer trimestre de 2013 fue 14% superior al del mismo periodo de 2012 con 4 560 toneladas con un valor de USD 16 millones. Productos de Indonesia, Tailandia, Malasia y Ecuador buscan mejores precios, que oscilan entre USD 6-7 / kg.*

De acuerdo a este panorama se puede trabajar un fideicomiso, ya que si en el mercado EEUU el precio de la tilapia está valorado en 5, 72 el kg, y en el mercado europeo el mismo producto se vende a un precio de 6 a 7 dólares el kg. Se tendría una ventaja de precio de entre 0.28 ctvs. a 1.28 ctvs. que sería destinado para la administración y realización de objetivos del fideicomiso, es decir el productor obtendrá una mayor utilidad y el excedente será destinado para los fines pertinentes.

Tabla 23

## Precio de la tilapia en el mercado

Precios NY Fulton Frozen Sea Food Market			Precios en USD/Libras	
Origen	Tamaño	Forma del Producto	Min	Variación
China	5,3 oz	Filetes	2,55	0
China	7,5 oz	Filetes	2,75	0
China	7-9 oz	Filetes	3,15	0,15 +5%

Fuente: Findus Ecuador

Tabla 24

## Manejo de excedentes

Tilapia	Precio Americano	Precio Europeo	Fideicomiso
Tilapia por kg	5.72	7	1.28

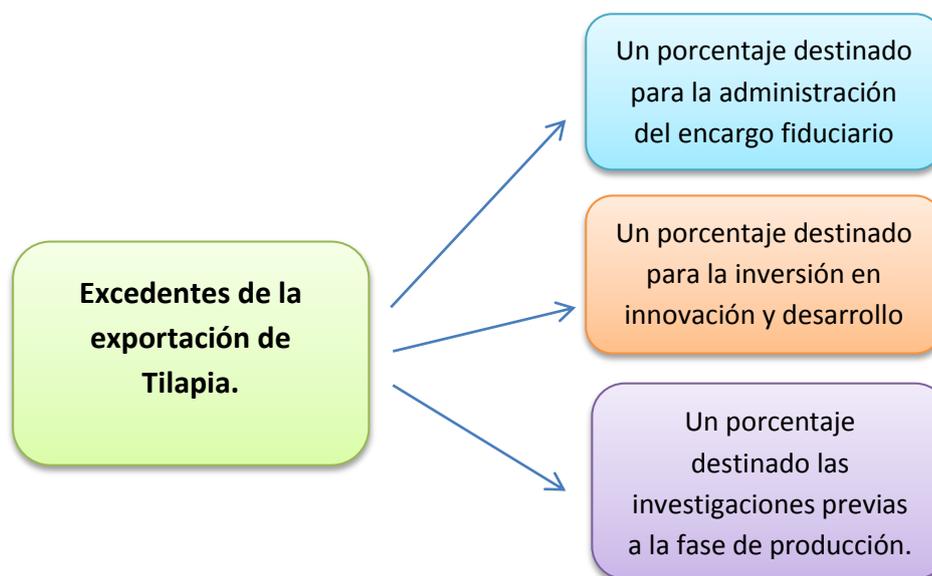


Figura 46: Manejo de excedentes por exportación de tilapia al mercado Europeo

Elaborado por: Los Autores

Cabe considerar que las exigencias para ingresar al mercado europeo son altas según (La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2013) dice:

*Los altos precios ofrecidos para los filetes de tilapia de Malasia son productos certificados ASC desde el productor malasio Trapia Malasia suministra a principios de este año. Trapia Malasia utiliza alevines GenoMar Suprema de tilapia desde su planta de incubación en el lugar junto al lago Temenggor en la parte norte de la península de Malasia. Cada alevines se clasifica, trazable y verificable a lo largo de la cadena de valor.*

Es por ello que entre los objetivos del fideicomiso se debe poner énfasis en la innovación y desarrollo con el fin de poder invertir en nuevas técnicas de producción y crianza de alevines utilizando alianzas estratégicas para poder alcanzar una calidad total, según (Aquahoy, 2013)

*La demanda por tilapia certificada está creciendo en los mercados europeos. El mayor productor de tilapia en Malasia Trapia Malaysia ha sido certificado por el AquacultureStewardship Council. El pescado certificado es vendido como filetes congelados y lomos a Norteamérica, Europa y Asia, y como vivo y fresco en el mercado local. La granja está aprobada por la UE y también tiene certificación GlobalGAP, obtenida en el 2010. La planta de procesamiento tiene certificación BRC y la cadena de custodia certificación de GlobalGAP y ASC.*

En Ecuador la empresa PRODUMAR cuenta con la certificación ASC (Aquaculture Stewardship Council) lo cual es medida de acuerdo a los siguientes parámetros de acuerdo a Standars Map:

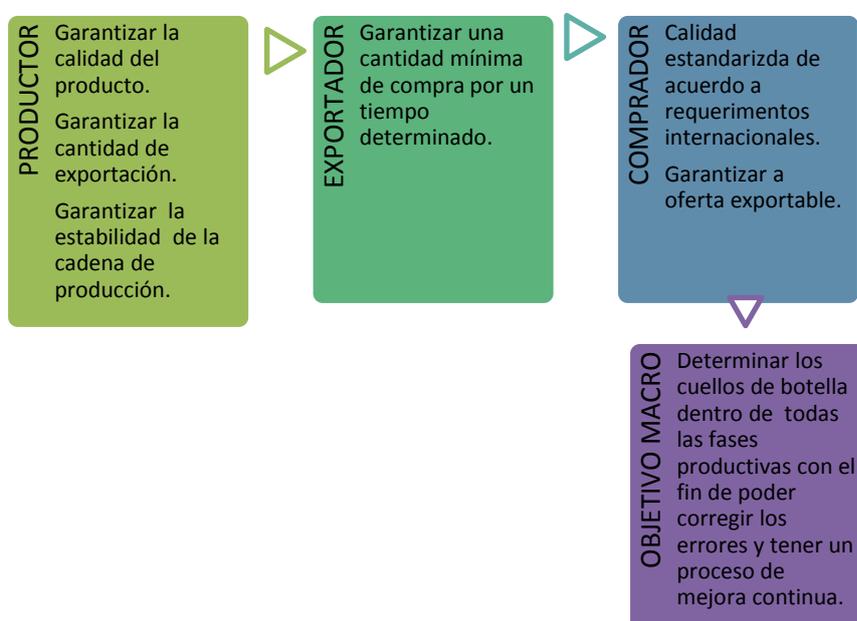
- Cosecha de engorde
- Movimientos de peces
- Alimentación
- Muestreo de cuerpo de agua receptor en RWRP, RWFA, RWFO.
- Eliminación de mortalidades.
- Ahuyentamiento de predadores

### 3.9. Objetivos del encargo fiduciario

De acuerdo a (Crespo, 2014) “los objetivos deben basarse en tres pilares que son precio, innovación e insumos”. De igual manera se debería tener en cuenta los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, con el fin de poder cumplir con las políticas gubernamentales de desarrollo.

- **Objetivo uno: Garantizar la cantidad producida y precios justos:** como se ha analizado la búsqueda de un nuevo mercado internacional debe asegurar a los productores una cantidad mínima de compra y un precio que pueda brindar estabilidad y rentabilidad, este lineamiento debe estar ligado con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que dice: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”; refiriéndose a promover la intensidad tecnológica en la producción primaria de bienes intermedio y finales e impulsar la producción y productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir la factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero. Dentro de la cantidad mínima de producción una vez analizada la investigación de mercados se llegó a la conclusión que tres empresas ecuatorianas controlaban el mercado de exportación de la tilapia de las cuales AQUAMAR S.A la empresa que tenía más del 50% de participación en la exportaciones ecuatorianas, la misma que dejó de producir tilapia; ya que de acuerdo a la Subsecretaria de Acuicultura se

dejó de lado este producto para apuntar a otro que por el momento tiene una gran popularidad y apertura en el mercado mundial que es el camarón” además que dicho producto tiene la ventaja de formar parte de los productos con beneficios arancelarios dentro de acuerdos comerciales firmados por Ecuador, las otras dos empresas que son PRODUMAR y SANTA PRISCILA con un 25% de participación en el mercado pueden cubrir una oferta exportable mínima de 3'000.000 toneladas anuales.



**Figura 47: Objetivos que se alcanzarán con el Encargo Fiduciario**  
Elaborado por: Los Autores

- **Objetivo dos: Innovación y Desarrollo:** de acuerdo a (Silva M, 2011) la innovación y la búsqueda del desarrollo debe estar basado en los siguientes puntos:
  - Mejoramiento genético: Lo cual busca obtener tilapias más fuertes a enfermedades, de mayor peso y con mayor rapidez de crecimiento.
  - Invertir en medidas de bioseguridad: para evitar que enfermedades acaben con la producción tal y como paso con el GRUPO ACI empresa productora de tilapia.

- Modos de cultivo: con el fin de buscar los métodos de producción más eficientes sin que estos afecten a la producción.

En conclusión invertir en desarrollo también radica en determinar cada uno de los problemas que tiene la cadena de valor en el proceso de la tilapia con el fin de corregir y volver más competitivo el sector. Según (Crespo, 2014) la empresa AQUAMAR invirtió en tecnología de punta para el procesamiento de la tilapia alcanzando estándares de calidad altos, pero el problema no radica en la tecnología para procesar, sino en la manera de obtener el mayor provecho a las técnicas de producción.



**Figura 48: Objetivo del Encargo Fiduciario destinado a la inversión**

**Elaborado por: Los Autores**

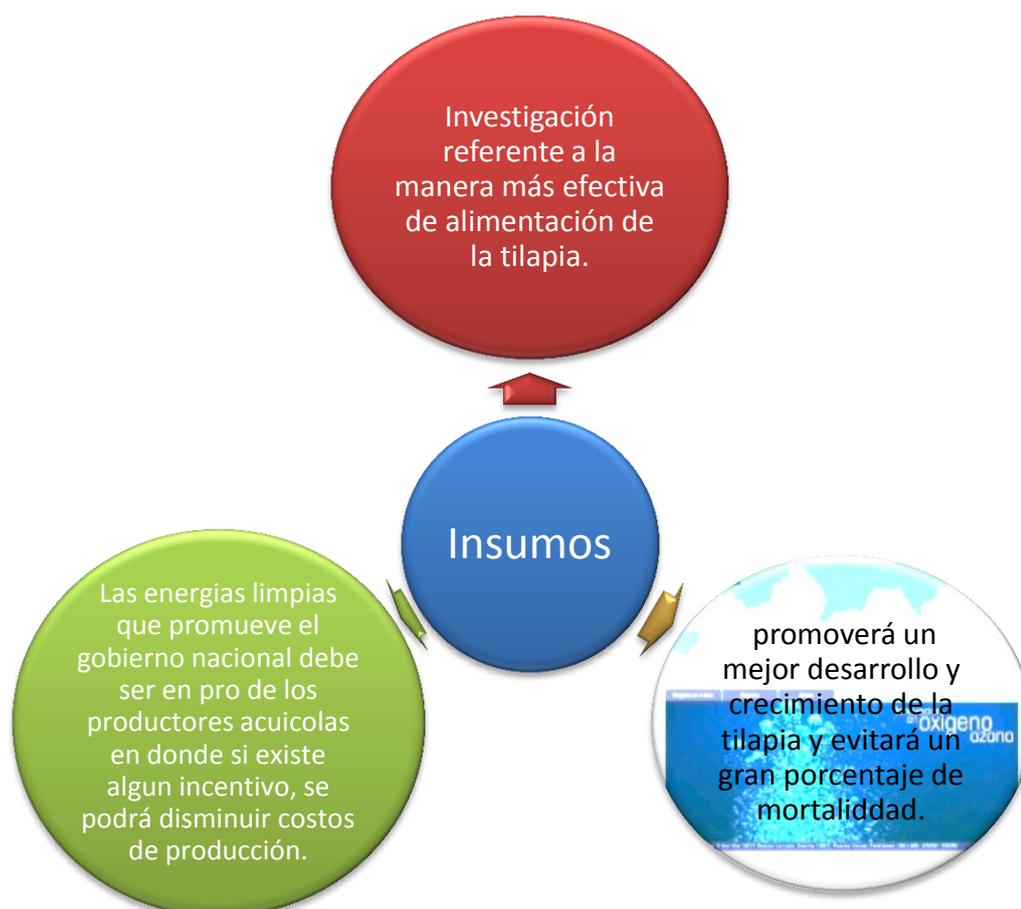
- **Objetivo tres: Insumos:** de acuerdo a la revista (Silva M, 2011) dice:

*Analizando las investigaciones y productos ofrecidos en Latinoamérica nos hemos dado cuenta de que no existe un trabajo duro respecto a la nutrición de estos peces y su optimización en virtud del potencial de la especie y sus condiciones de cultivo ya que la situación se debe a que es una especie noble en materia de alimentación, como lo que esté disponible en parte ello a desinteresado a los investigadores. Se debe enfocar a la elaboración de dietas de engorde que permite un mejor resultado productivo.*

Esta investigación debe estar entrelazada tanto en empresas privadas como gubernamentales como por ejemplo: MAGAP, Subsecretaria de Acuicultura con el fin de poder investigar el mejor método de alimentación y si fuera posible subsidiar un porcentaje de los insumos a los productores de este sector con el fin de volverlo más competitivo.

Según (Composanto, 2014) dice: “Sin duda queda como lección aprendida que nuestra institución debe continuar trabajando para impulsar el diálogo con las diversas autoridades, con el fin de promover el desarrollo de políticas acordes a nuestra actividad”, es decir las empresas públicas y privadas deben trabajar en conjunto con el fin de impulsar no solo los sectores más fuertes como el camarón en donde según (Composanto, 2014) “Es por ello que la negociación del acuerdo con la UE así como la aprobación de la ley de aguas son ejemplos de correcta colaboración entre el sector privado y el gobierno; trabajo colectivo que se logra cuando el primero de ellos presenta los debidos argumentos y sustentación de posturas y cuando el segundo atiende atentamente dichas manifestaciones”, es decir el trabajo no solo debe ser realizado por el gobierno o por las empresas privadas, se deben

buscar un trabajo conjunto en donde las empresas expongan su problemática y busquen soluciones y el gobierno actúe con políticas positivas.



**Figura 49: Insumos que deben ser mejorados en el Sector Acuícola**  
Elaborado por: Los Autores

Con este encargo fiduciario lo que se busca es potencializar la producción y evitar como se ha venido dando en estos últimos años el abandono del sector, de acuerdo a (Camposano, 2013) presidente de la Cámara Nacional de Acuicultura dice:

*A mediados de los 90 las ventas tuvieron un crecimiento, pero de ahí en adelante se fueron estancando porque evidentemente el mercado de tilapia fresca, donde compite*

*Ecuador, es limitado, lo que ha llevado a que varios productores abandonen la actividad y que empiecen a reconvertir sus piscinas para volver a cultivar camarón, ahora que la demanda está creciendo, los precios internacionales del producto han mejorado y que el sector acuícola ha logrado bajar al 1% los niveles de incidencia de la mancha blanca.*

Pero si se analiza este no es un modelo de desarrollo que genere beneficios ya que en Ecuador no se invierte para mejorar y evitar el contagio de enfermedades en la especie evitando de esta manera perder la producción.

Ecuador puede corregir este problema y no seguir perdiendo competitividad y posicionamiento en el mercado ya que según (Bonilla, 2014) dice: "El aumento de las exportaciones se debe a la demanda en los EE.UU. para la tilapia, así como el cambio de Ecuador en camarones, ha dejado un hueco a ser llenado en el mercado de la tilapia". En conclusión se debe aprovechar todas las oportunidades que se presenten con el fin seguir creciendo a nivel mundial.

- **Objetivo 4: Garantizar estabilidad en toda la cadena productiva:** el encargo fiduciario es un modelo que puede durar varios años en los cuales la empresa productora beneficiaria de la firma de este contrato mandatorio mantendrá una estabilidad de producción, esto ayudará significativamente a los sectores que depende exclusivamente de esta actividad de exportación como son las empresas proveedoras de insumos.

Para que el sector se vea beneficiado por esta actividad se debe asegurar una asociatividad de estas empresas o pequeños productores con el fin de evitar competencias que dañen el mercado, con este modelo todos trabajarán bajo un estándar de calidad normado, ganando por igual.

Como estrategia aplicable inmediata es la creación de un centro de acopio para estudio y verificación de los insumos los cuales garantizarán la calidad del producto final además que mediante este control se podrá realizar un feedback, y corregir errores inmediatos.

Si se busca calidad a largo plazo se debe comenzar por invertir, el encargo fiduciario a punta a la innovación y el desarrollo, pero no solo se centrará en la misma empresa y sus actividades, se implementará modelos de investigación e importación de maquinaria que ayuden y fortalezcan a los proveedores de insumos.

### 3.10. Presupuesto para el Encargo Fiduciario

**Tabla 25**

**Presupuesto**

	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Tiempo</b>		<b>Costo total Anual</b>
<b>Cantidad Kg</b>	4.147.813,85				
<b>Precio de exportación</b>		5,72			
<b>Precio del nuevo empaque</b>	4.147.813,85	0,16		Precio Línea Impresa	663.650,216
<b>Etiquetado</b>	4.147.813,85	0,10		Precio Línea Impresa	414.781,385
<b>Trabajadores</b>	5	400,00	12 meses		24.000,00
<b>Transporte interno</b>	16	60	12 meses	Empresa Carga MCL	11.520,00
<b>Aduana</b>		250,00 Por trámite	12 meses	Empresa Carga MCL	3.000,00
<b>Promoción de productos en el extranjero</b>	200	7,00	4 meses		5.600,00
<b>Ferias internacionales</b>	2	8.000,00	2 veces al año		16.000,00
<b>Representante de ventas</b>	1	3.000,00	12 meses		36.000,00
				<b>TOTAL</b>	<b>1.174.551,60</b>

Continúa 

	<b>Costo unitario</b>
	0,28
<b>Utilidad 110 %</b>	<b>0,31</b>
<b>% destinado al Fideicomiso 50%</b>	<b>0,14</b>
<b>Precio por kilo implementando el Fideicomiso</b>	<b>6,46</b>

### **Elaborado por: Los Autores**

Para la estructura de los costos que intervienen en el desarrollo del fideicomiso se debe partir desde la cantidad de exportación para poder realizar la estimación de demanda; se relacionó el monto de exportación y el monto destinado para la exportación, se restó estas dos cantidades lo que da como resultado los excedentes de exportación que pueden ser destinados a un nuevo mercado internacional, cuyo rubro es de 4.147.813,85 kilos, cabe recalcar que la empresa PRODUMAR posee certificado de calidad ASC, lo que facilita el ingreso al mercado europeo.

Según (Crespo, 2014) para que el Fideicomiso funcione se deberá proponer un proyecto el cual no afecte en ningún momento el precio de venta que en la actualidad se está ofreciendo, es por ello que se tomó como referencia el precio de venta que es de \$5,72 de aquí inicia el cálculo de los nuevos costos adicionales y el precio de venta mínimo con utilidad.

Los costos del producto se centran en un diseño de empaque que busca cumplir con las exigencias del mercado que son: proteger el producto y mantener la cadena de frío, además como este empaque será el que esté directamente a la vista del consumidor se lo diseñará de forma atractiva resaltando entre todos los productos de la percha. Como segundo rubro tenemos el etiquetado, en él se encuentran todos los datos correspondientes al producto, de igual manera como valor agregado se implementará una pequeña reseña del producto, como el país de origen, la empresa que lo produce; esto con el fin de promocionar la industria nacional. Con respecto a los trabajadores requeridos hay que tomar en cuenta que solo se implementará mano de obra en la parte de procesamiento y no en la

producción, porque para los dos primeros años se producirá un monto mínimo y poco a poco se tratará de llegar al tope máximo de producción que Ecuador tuvo hace algunos años atrás. Con respecto a los rubros de transporte y gastos de aduana se trabajará con la empresa de carga MCL la cual brinda un servicio completo de transporte y aduana. En la parte correspondiente a la promoción, según (Crespo, 2014) Europa es un mercado que posee muchos clientes potenciales, debido a que el producto se está dando a conocer y tiene una muy buena acogida entre las personas europeas; por lo tanto se debe realizar una promoción intensiva del producto. En Austria desde el 2010 se comenzó a importar este producto y se ha venido incrementando en los últimos años. La manera en que se promocionará es mediante las ferias internacionales, donde se buscará ingresar a las dos más importantes de Europa, que son en el mes de mayo y septiembre con el fin de poder expandir el producto a más países de la UE. Se ha considerado que debe haber un representante de ventas en el extranjero cuya función deberá ser la de cumplir con todo el cronograma de actividades correspondientes a la promoción del producto en supermercados. También se ha considerado la entrega de muestras gratis a los potenciales consumidores del país de manera que conozcan el producto, prueben su sabor y lo tengan como alternativa de compra. Todos estos rubros serán sumados para de esta manera poder obtener los costos de inversión para la apertura de un nuevo mercado y determinar si es rentable o no para la empresa. Los resultados de la inversión, una vez analizados los costos de inversión son los siguientes: costo unitario de 0.33 ctvs./kilo, con una ganancia mínima de 0.37 ctvs/kilo, aparte de la ganancia que se margina la empresa y finalmente se marginará un pequeño porcentaje para la administración del encargo fiduciario que es de 0.17 ctvs./kilo. En total al precio de venta de \$ 5,72 se incrementará un valor de 0.87 ctvs./kilo lo cual da como resultado un PVP de \$6.46 siendo un precio competitivo por debajo de la media que es de \$7/kilo para el mercado Europeo, cabe recalcar que de acuerdo a los datos del Trade Map, el precio de venta en Austria es de \$11.15 el kilo, es decir existe un margen de negociación de \$4.50 dólares.

## CAPÍTULO 4

### PLAN DE EXPORTACIÓN

El plan de exportación es una herramienta que permite conocer cuáles son los trámites a seguir para realizar una correcta exportación, además en este capítulo se detallan las estrategias de posicionamiento que se van a aplicar para que la tilapia ecuatoriana sea reconocida a nivel mundial y con ello se reactive la producción nacional de la misma

#### 4.1. Requisitos y trámites generales para la exportación

##### 1. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

###### REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES DEL SECTOR PRIVADO

REQUISITOS SOCIEDADES PRIVADAS						
Documentos	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	CIVILES Y COMERCIALES	CIVILES, DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTONOMOS CON O SIN PERSONERÍA JURÍDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACIÓN, CONSORCIO DE EMPRESAS, EMPRESAS UNIPERSONALES	ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES SIN FINES DE LUCRO	ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES CON REPRESENTACIÓN
Formularios	RUC01-A, debidamente lleno y suscrito por el Representante Legal, (si la sociedad registra más 8 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha que la puede consultar en la página web del SRI) RUC01-B, se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz y deberá ser suscrito por el Representante Legal. ( <a href="http://www.sri.gob.ec/web/10138/96">http://www.sri.gob.ec/web/10138/96</a> )					
Identificación de la sociedad:	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Provisionales. Para los establecimientos permanentes de las compañías extranjeras deberán presentar la resolución otorgada por la Superintendencia de Compañías que autoriza a la sucursal de la compañía extranjera a operar en el país.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil. Para el caso de Sociedades de Hecho podrá presentar la escritura pública o el documento privado con el que se haya conformado la sociedad con el respectivo reconocimiento de firmas.	Presentar el documento original y entregar una copia simple, o entregar una copia notariada de la publicación en el Registro Oficial del Decreto Ejecutivo o Acuerdo Ministerial por medio del cual se le otorga personería jurídica.	Original y copia o copia certificada del poder apostillado o legalizado en el Consulado del Ecuador en el país extranjero o en el Ministerio de Relaciones Exteriores e inscrito en el Registro Mercantil	
	Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)	-	-	-	-	
Identificación representante legal:	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Provisionales. Para las sucursales extranjeras y establecimientos permanentes, se solicitará original y copia certificada del poder conferido al Mandatario de la compañía Extranjera inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal notariado y con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil.	Original y copia, o copia notariada del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual, la organización se encuentra registrada.	Original y copia o copia certificada del poder emitido por la sociedad extranjera inscrito en el Registro Mercantil		
	Ecuatorianos: Original de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial, o el pasaporte con el registro de salida e ingreso sellado por Migración. En caso de pérdida, un certificado emitido por la autoridad competente.					
	Extranjeros Residentes: Original de la cédula vigente					
Extranjeros no Residentes: Original de pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).						

Figura 50: Requisitos para obtener el RUC

Fuente: Servicio de Rentas Internas

De acuerdo al (Servicio de Rentas Internas) “El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, el número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente”.

La obtención del RUC, es importante debido a que a través de este se realizará el pago de los impuestos correspondientes por la actividad económica que se está desarrollando.

## 2. Obtención del Registro de Exportador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

- **Paso 1**

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/quest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>



**Figura 51: Certificado Digital**  
**Fuente: Banco Central del Ecuador**

- **Paso 2**

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

- Aquí se podrá:
  - Actualizar base de datos
  - Crear usuario y contraseña
  - Aceptar las políticas de uso
  - Registrar firma electrónica

- **Paso 3: Pasos para registrarse en el Ecuapass**

### 1. Requisitos para el uso del portal Ecuapass

Pasos	Nombre del proceso	Verificar	Ayuda
Paso 1	Java Script	OK	Cuando indica "No", haga clic en "ayuda" para la configuración  Internet Explorer  Mozilla Firefox  Google Chrome
Paso 2	Java Runtime Environment	OK	Cuando indica "No", haga clic en:  Descargar para sistemas operativos Windows 32 Bits: JRE Windows x86 Online 0.86 MB <a href="#">[Descargar e instalar]</a>  La versión recomendada es la JRE versión 7 update 15. Si muestra "NO" : Desinstale y re-instale JAVA.  Por favor, instale el programa, cierre el browser e ingrese nuevamente.
Paso 3	Programación de Log in del PKI	OK	"NO" : Desinstale y re-instale JAVA 1. Desinstalación de JAVA <a href="#">[haga clic]</a> 2. Instalación de JAVA <a href="#">[haga clic]</a> 3. Instalación de programa de Certificado Digital <a href="#">[haga clic]</a> <a href="#">[Descarga 1]</a> o <a href="#">[Descarga 2]</a> "Nuevo" 1. Instalación de programa de Certificado Digital <a href="#">[haga clic]</a> <a href="#">[Descarga 1]</a> o <a href="#">[Descarga 2]</a>  Por favor, instale el programa, cierre el browser e ingrese nuevamente.
Paso 4	Adobe Flash Player Install	OK	Cuando indica "No" o "Nuevo", haga clic en <a href="#">[Descargar e instalar]</a> para la configuración Por favor, instale el programa, cierre el browser e ingrese nuevamente.

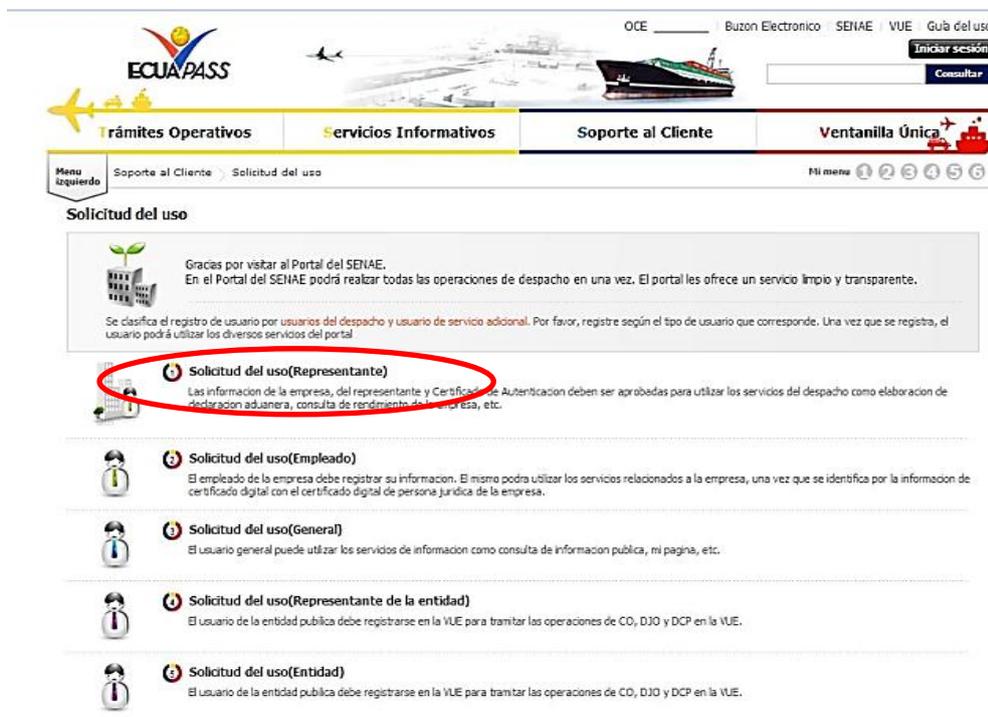
**Figura 52: Requisitos para el uso del portal Ecuapass**  
 Fuente: Ecuapass

## 2. Hacer clic en solicitud de uso



**Figura 53: Solicitud de Uso**  
Fuente: Ecuapass

## 3. Para registrar al representante legal se debe dar un clic en Solicitud de Uso (Representante)



**Figura 54: Registro del Representante Legal**  
Fuente: Ecuapass

Asimismo la empresa puede registrar a un empleado, quien obtendrá la autorización por parte del representante Legal de la empresa para poder obtener el Token; para la obtención de información pública se debe ingresar como usuario general.

#### 4. Llenar el formulario, registrar y firmar con el Token o Firma Electrónica

OCE \_\_\_\_\_ | Buzon Electronico | SENA E | VUE | Guía del uso




Trámites Operativos
Servicios Informativos
Soporte al Cliente

Menu izquierdo

Soporte al Cliente > Solicitud del uso

Mi menu 1 2 3 4 5 6

### Solicitud del uso(Representante)

**Información de empresa**

* RUC empresa	<input type="text"/>	<input type="button" value="Consultar"/>
Razon Social	<input type="text"/>	
Direccion de empresa	<input type="text"/>	
Telefono empresa	<input type="text"/>	

**Información de representante**

* ID.usuario	<input type="text"/>	<input type="button" value="Comprobar disponibilidad"/>
* Doc. Identificacion	CEDULA DE IDENTIDAD	<input type="button" value="Comprobar disponibilidad"/>
* Nombre Usuario	<input type="text"/>	
* Contraseña	<input type="text"/>	* Confirmacion de Contraseña
* Preguntas de Clave1	¿MES QUE TE CASASTE?	* Respuesta de Clave1
* Preguntas de Clave2	¿IGLESIA DONDE SE CASO?	* Respuesta de Clave2
* Preguntas de Clave3	¿NOMBRE DE SU CIUDAD PREFERIDA?	* Respuesta de Clave3
* Provincia	--Selección--	* Ciudad
* Direccion	<input type="text"/>	
* Telefono1	<input type="text"/>	Telefono2
Celular	CLARO	Fax
* Correo Electronico	<input type="text"/>	
* Confirmacion de correo electronico	<input type="text"/>	<input type="button" value="Comprobar disponibilidad"/>
Posicion	REPRESENTANTES	SENAE Correo Electronico
Recibir mensaje SMS:	<input checked="" type="radio"/> Recibir <input type="radio"/> No recibir	

Tipo de OCEs: AGENTE DE ADUANA

No	Codigo de OCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo codigo	Fecha de inicio	Fecha de fin

\* Identificacion unica de certificado digital:

Nombre del archivo	Tamaño del archivo	Adjuntar archivo
<input type="checkbox"/>	KByte	<input type="button" value="Cargar"/> <input type="button" value="Descargar"/>

Tamaño total de archivo :

**Figura 55: Solicitud de uso (Representante)**  
Fuente: Ecuapass

- **Paso 4: Proceso de Exportación**

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

#### **4.1.1. Requisitos para exportar productos originarios de la acuicultura y pesca**

- Obtener autorización en el MAGAP: 1) Acuerdo Ministerial (autorización para exportar otorgada por la Subsecretaria de Acuicultura y Pesca); 2) Acta de Producción Efectiva (inspección del establecimiento por parte de la Subsecretaria de Acuicultura y Pesca, en el caso de ser planta, procesadoras industriales, empacadoras).
- Aprobar la Verificación: Presentar el formulario de Inscripción 11.1 (descargar sitio web INP), Acuerdo Ministerial, Acta de Producción Efectiva y todo documento requerido por el Instituto Nacional de

Pesca. La verificación consiste en una inspección y el proceso técnico de revisión.

- Obtener Certificación: Previo al embarque del producto, el exportador debe acercarse al INP para solicitar la emisión del Certificado Sanitario a los establecimientos verificados. También pueden emitir Certificados de Calidad y certificados varios (según exigencias del país importador).
- El INP ofrece sus servicios de laboratorios para que los usuarios registrados puedan realizar toda clase de pruebas de calidad en cumplimiento de las exigencias en los países de destino y sus clientes: Laboratorios de Ensayos de Productos Acuícolas (EPA), Laboratorios de HPLC (Antibióticos Prohibidos), Laboratorios de Metales Pesados, Laboratorios de Química, Análisis y Microbiología de Alimentos. (Pro Ecuador).

#### **4.2. Documentos requeridos en el proceso de exportación**

Cuando se realiza una exportación se debe conocer que documentos son necesarios para que las mercancías salgan del territorio nacional aduanero de forma legal y sin contratiempos.

A continuación se detallan los documentos necesarios para exportar filetes de tilapia:

- Factura comercial.- La Factura Comercial debe ser un documento original y definitivo, la cual debe contener:
  - Nombre y fecha de expedición
  - Nombre y dirección del vendedor
  - Nombre y dirección del comprador
  - Descripción de la mercancía
  - Cantidad
  - Precio unitario y total
  - Moneda de la transacción comercial

- Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según los términos internacionales de comercio "INCOTERMS", establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, u otros acuerdos. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)
- Documento de Transporte Máster.- (Máster Bill of Lading – MBL) Conocimiento Marítimo con un transitario en origen como embarcador (shipper) y otro transitario en destino como Consignatario (consignee). Este documento es expedido por la línea naviera. Un MBL ampara "x" número de Documentos de Transporte House (HBL) y materializa el acuerdo de voluntades entre un Operador de Transporte y un usuario de su servicio, por el cual el primero se compromete a transportar la carga desde un determinado lugar de origen hasta el destino final que se le indique a cambio de un flete. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).
- Certificado de Origen.- Documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden. (Pro Ecuador)
- **Requisito para la Obtención del Certificado de Origen (MIPRO)**
  - Registro del Apoderado (contar con el documento de apoderamiento), requiere la aprobación del MIPRO.
  - Registro de Comercializador (lo realiza el exportador o apoderado).
  - Registro de Declaración Juramentada de Origen (DJO) completa, en caso que no haya sido registrada, enviada y aprobada la DJO simplificada en el MIPRO.
  - Solicitud de Certificados de Origen (CO) en la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), (de los que se requerían al MIPRO (SGP y

ATPDEA), excepto sector florícola). Debe contar con una DJO por lo menos la simplificada y aprobada en el MIPRO.

Para realizar las Declaraciones Juramentadas de Origen de los productos de exportación y requerir los Certificados de Origen es necesario registrarse en la VUE bajo el perfil de: Exportador y dentro de la aplicación como Apoderado, es necesario contar antes con el Token que es el dispositivo que contiene la firma electrónica para no incurrir en ninguna demora del trámite.

The screenshot shows the 'Certificados de Origen' page on the Ecuapass website. The header includes the title 'Certificados de Origen' and the logo of 'ADUANA DEL ECUADOR'. Below the header, there is a navigation bar with links for 'Proceso de trámite de soporte de Usuario', 'Página Web de SENAE', 'Guía del uso', 'Mi página', and 'Cerrar sesión'. The main content area is divided into four sections: 'Tramites operativos', 'Servicio de Informacion', 'Soporte al Cliente', and 'Ventanilla Única'. The 'Ventanilla Única' section is active, showing a breadcrumb trail: 'Ventanilla Única > 4.4 Elaboración de CO'. Below this, there is a 'Solicitud Tramites' section with a table listing various types of certificates and their corresponding 'Seleccionar' buttons.

Solicitud Tramites	
MIPRO	
Certificados de Origen SGP	Seleccionar
Certificados de Origen ATPDEA	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/ALADI	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/MERCOSUR	Seleccionar
Certificados de Origen ACE65	Seleccionar
Certificados de Origen Terceros Países	Seleccionar
Certificados de Origen Acuerdo de Cartagena	Seleccionar
Modulo de Subida en Lote Para Certificados de Origen	Seleccionar

**Figura 56: Solicitud de Certificado de Origen**  
Fuente: Ecuapass

### **Pautas para la Declaración Juramentada de Origen**

- Para aquellos productos que cumplen el criterio de origen de enteramente obtenidos o producidos, productos agropecuarios, minerales o pesca, es decir, que para su producción no incorporan materias primas importadas, no se debe consignar ningún dato en la sección 4 del formulario de la DJO. (NO PONER VALORES EN CEROS)
  - Para aquellos casos que no contengan materiales o materias primas nacionales para su producción, no consignar ningún dato en los casilleros de la sección 5 de la DJO. (NO PONER VALORES EN CEROS).
  - En la sección 6 donde se detallan los costos, la casillas 6.1 lo calcula el sistema automáticamente y la 6.2 incluir los costos directos caso de tenerlos, que en los productos enteramente producidos si los hay, pero que no es obligatorio su llenado.
  - En todos los casos es necesario y obligatorio consignar datos de los casilleros 6.3 y 6.4 que corresponde a los valores en planta o finca y FOB, respectivamente.
  - En los casos de enteramente obtenido o enteramente producidos para las casillas 7, 8 y 9 que describen los procesos de producción, características del producto y aplicaciones o uso del producto, llenar dichas casillas con texto “no aplica” o “N/A”. (Todo Comercio Exterior, 2012)
- 
- **Certificado Ictosanitario.-** Para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca.
  - **Certificado de Calidad.-** Este certificado es otorgado por el Instituto Nacional de Pesca para exportaciones de productos provenientes de la acuicultura y pesca.

### 4.3. INCOTERMS

Los Incoterms® 2010 son los términos comerciales internacionales que sirven para definir y repartir la obligaciones, gastos, riesgos de transporte y el seguro entre vendedor y comprador con la finalidad de reducir la incertidumbre en transacciones comerciales; facilitando la gestión de los negocios globales. (Cámara de Comercio Internacional, 2011).

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■	Vendedor	■	Comprador	■	Vendedor / Comprador
---	----------	---	-----------	---	----------------------

**Figura 57: Incotems 2010**

**Fuente: Cámara de Comercio Internacional**

De acuerdo a la investigación realizada, la exportación de tilapia se realiza bajo el término FOB (Franco a Bordo), es decir que el vendedor

asume los riesgos hasta dejar la mercancía a bordo del buque, de ahí en adelante los riesgos son asumidos por el comprador.

En la negociación FOB “el vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado”. (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, 2014)

#### **4.4. Marketing Mix**

##### **4.4.1. Producto**

El producto que se exportará al mercado extranjero es el filete de tilapia frescos.



**Figura 58: Filete tilapia fresco**  
**Fuente: Produmar S.A**

- **Estrategia de producto**

- **Calidad de producto**

La estrategia de posicionamiento implica la definición de la imagen deseada del producto en la mente de los consumidores actuales, potenciales y futuros. (Consultores asociados en asesoría integral).

La estrategia de posicionamiento se basará en los beneficios del producto en especial la calidad y beneficios alimenticios, debido a que la tilapia contiene varios nutrientes que ayudan a equilibrar la salud de las personas.

Se debe destacar los beneficios nutricionales de la tilapia, estos son:

<b>Alto contenido en proteínas</b>	<b>Rico en DHA</b>	<b>Bajo contenido en mercurio</b>
<p>Proteínas de alto valor biológico. (mayor contenido de aminoácidos)</p> <p>100 gramos de tilapia aportan 20 gramos de proteínas.</p>	<p>Un ácido docosahexanoico necesario en el embarazo, ayuda al desarrollo del sistema nervioso central, cerebro y los ojos del feto, favoreciendo por tanto el desarrollo cognitivo del bebé.</p>	<p>La tilapia sea un pescado cuyo consumo está aconsejado en la dieta de mujeres embarazadas, ya que además aporta DHA.</p>

**Figura 59: Beneficios nutricionales de la tilapia**

**Fuente: Perez, Christian**

El consumo de pescado se recomienda al menos tres veces por semana, debido a que es sumamente beneficioso para la salud, ya que su grasa es del tipo más insaturada que existe: ácidos grasos omega-3 y omega-6, los cuales están presentes en la tilapia que le confiere virtudes especiales cuando es metabolizada por el organismo, contribuyendo a la prevención de problemas cardiovasculares y trombosis.

El consumo de pescado favorece niveles más bajos de colesterol malo (LDL) en la sangre, reduciendo su acumulación en las arterias, por ende, reduce riesgos de arteriosclerosis y aumenta ligeramente el buen colesterol (HDL), mejorando significativamente la circulación sanguínea, el pescado tiene también otras características, que lo hacen un alimento de primera categoría, como lo son: su fácil digestibilidad, su valor proteínico, su gran contenido de minerales como hierro, sodio, y calcio, además de vitaminas (retinol, riboflavina, ácido fólico) . (St. Peter's, 2012) Indica que “El consumo de pescado podría reducir hasta en 2,6 veces el riesgo de hipertensión asociada al embarazo y mejoran las funciones postulares y motoras”.

#### 4.4.1.1. Empaque

El empaque del producto será en cajas termoformadas de polipropileno, empacado al vacío para conservar los filetes frescos hasta su destino. El material del cual están elaboradas las cajas, es atóxico además que cuentan con los certificados de calidad exigidos para contener productos alimenticios. (Anexo A)



**Figura 60: Empaque**  
**Fuente: Termopack**

Las dimensiones de la caja la cual contendrá el producto son: 21 x 11.5 x 3cm. Alt.



**Figura 61: Dimensiones del empaque**  
**Fuente: Termopack**

En la parte superior de la caja se colocará la etiqueta la cual estará sujeta a las normas del mercado extranjero al que se dirige.

#### **4.4.1.2. Etiquetado**

Las obligaciones de etiquetado de los productos del mar obtenidos en la Unión Europea o importados, ya sea que éstos se presenten vivos, refrigerados o congelados, enteros o en filetes, salados o secos, ahumados o en salmuera.

El etiquetado debe incluir:

- La denominación comercial de la especie
- El método de producción (captura en mar o en aguas interiores o criaderos)
- La zona de captura.

Los productos vendidos en la Unión Europea están sujetos a las reglas generales de etiquetado para productos alimenticios (Directiva 2000/13/CE ).

El comerciante está obligado a indicar claramente en la etiqueta del producto la siguiente información:

1. El nombre científico
2. La denominación comercial de la especie
3. El método de producción (captura en el mar o en aguas interiores o ganadería)
4. La zona de captura
5. El país de origen
6. La lista de los ingredientes
7. La referencia de la planta de producción
8. El plazo límite de consumo del producto
9. Una mención que permita identificar el lote
10. El modo de preparación también debe figurar en la etiqueta. Las menciones no sólo deben figurar en la etiqueta y el embalaje, sino también en las facturas y certificados sanitarios.
11. La denominación de venta debe incluir lo siguiente: “congelados” y “no congelar de nuevo una vez descongelado. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2010 )



**Figura 62: Etiqueta del producto**

La etiqueta que diseñada para la exportación de los filetes frescos de tilapia, contiene lo especificado de acuerdo a las normas emitidas por la

Unión Europea para que no exista ningún inconveniente al ingresar a dicho mercado; en la etiqueta se detalla los beneficios de la tilapia así como su tabla nutricional, como se produce, su nombre científico y comercial, pero en especial lo que se desea resaltar y posicionar es donde fue elaborado, es decir el país de origen del producto, es por ello que en la parte superior derecha se ha colocado la marca país, haciendo prevalecer que es mejor consumir lo hecho en Ecuador, en este caso filetes de tilapia ecuatorianos por su calidad, buen sabor, y beneficios nutritivos.



Figura 63: Empaque de exportación del producto

Tabla 26

### Presupuesto Producto

PRESUPUESTO PRODUCTO	
	Valor unitario
Precio del nuevo empaque	0,16
Etiquetado	0,1
Trabajadores	400
<b>TOTAL</b>	<b>400,26 mensuales</b>

**Elaborado por: Los Autores**

El precio de referencia del empaque es de la empresa, y el etiquetado es un precio referencial de la imprenta Línea Impresa la cual se dedica a hacer este tipo de trabajos.

#### 4.4.2. Precio

El precio de comercialización de la tilapia en el mercado europeo oscila entre US \$ 7,00 vs. US \$ 11,00 por kilogramo.

Según (Larrea, 2013) ha existido una evolución en el precio y márgenes de comercialización, ya que cada etapa de la cadena de abastecimiento genera un amplio margen sobre el precio de venta.

**Tabla 27**

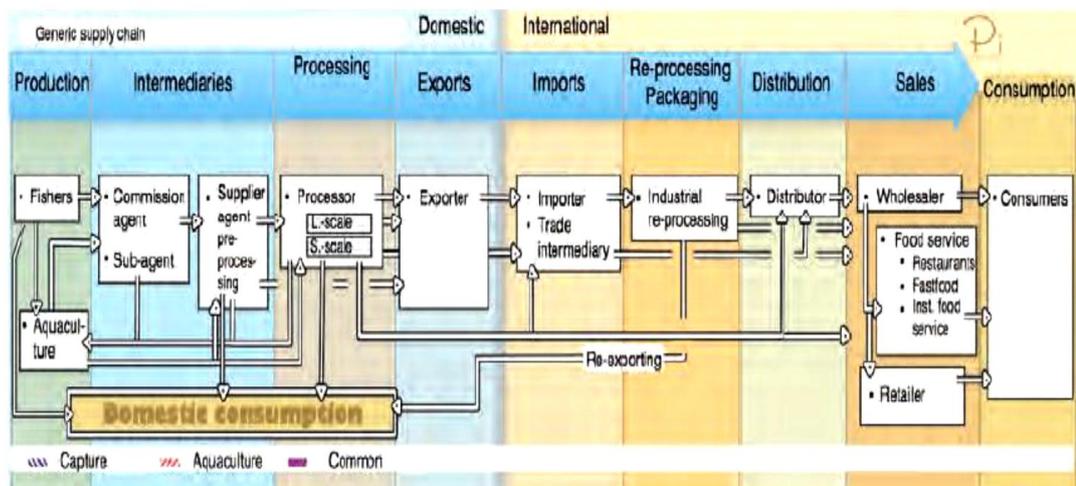
#### **Márgenes de comercialización**

<b>Cadena de Suministro</b>	<b>Margen Típico</b>
<b>Exportadores</b>	2-4%
<b>Importadores</b>	2-4%
<b>Distribuidores</b>	10-15-5 (en productos frescos)
<b>Supermercados</b>	35-45%
<b>Tiendas Especializadas</b>	10-15%

**Fuente: University Of Alaska, Seafood Market Basics**

#### 4.4.3. Plaza

Existen varios canales de distribución que permiten la comercialización de los filetes de tilapia en el mercado europeo, en el siguiente gráfico se puede apreciar el sistema de abastecimiento comúnmente empleado para la distribución de pescado.



**Figura 64: Cadena de abastecimiento**  
**Fuente: The Role of Supply Chains in Addressing the Global Seafood Crisis**

Los siguientes canales de distribución son usados para la comercialización de la tilapia en el mercado europeo, según (Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica , 2010):

- **Importadores:** Estos compran y venden productos pesqueros, generalmente a las industrias procesadoras, múltiples detallistas, mayoristas y re exportadores. Muchas veces, los “importadores” se encargan de procedimientos y formalidades para obtener los productos. Algunas de estas empresas ya han creado conexiones y alianzas con los proveedores, lo cual facilita que pueda aconsejar a sus clientes sobre la calidad, requerimientos, e incluso preferencias del mercado, empaque y forma de procesamiento.
- **Industria Procesadora:** Los importadores también pueden tomar el rol de industria procesadora. Por ejemplo, un importador de camarones y gambas puede manufacturar y empaquetar los productos para el consumidor final. La cadena de suministros de estos productos puede ser muy corta.

- “Manufactureros procesadores / importadores” que también pueden transformar la materia prima en productos semifinales como filetes de pescado, o bloques de pescado que posteriormente serán vendidos a otras compañías procesadoras.
- Agentes: Estos son intermediarios, quienes han establecido contacto entre el exportador y el importador; y por lo tanto facilita el proceso de compra-venta. Generalmente no compran la mercancía para sí mismos. Los agentes trabajan por comisión la cual oscila entre el 2 al 5% del precio de compra. Los agentes, están bien informados sobre tendencias del mercado, precios, usuarios, entre otros.

El canal que se utilizará para la comercialización de los filetes de tilapia en el mercado europeo es a través de los denominados agentes o intermediarios, debido a que al conocer el mercado podrán colocar el producto en lugares donde la gente puedan acceder a ellos, conociendo su lugar de origen y de esta manera posicionando al producto ecuatoriano por su calidad.

**Tabla 28**

**Presupuesto Plaza**

<b>PRESUPUESTO PLAZA</b>					
	Valor unitario		Cantidades totales mensuales	Cantidades anuales	costos anuales
Transporte interno	60,00	Empresa Carga MCL	16 (contenedores)	192 (contenedores)	\$11.520
Aduana	180,00	Empresa Carga MCL	16	192,00	\$34.560
<b>TOTAL</b>					\$46.080
<b>Costo por kg</b>					\$0,01

**Elaborado por: Los Autores**

La exportación es en valor FOB, el precio es un valor referencial de la empresa MCL, el desglose corresponde al valor de transporte interno que es el costo de transporte desde la empresa PRODUMAR hasta la aduana de

Guayaquil, y el valor de aduana son todos los costos de exportación que implica hasta que el producto esté embarcado.

#### **4.4.4. Promoción**

Es importante contar con una buena promoción que ayude al producto a posicionarse tanto en la mente del consumidor como en el mercado internacional, es por ello que se ha considerado ciertas estrategias:

Con respecto a las estrategias (Eumednet) señala que “son acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado”.

El principal objetivo de implementar y desarrollar las estrategias para comercializar el producto, es lograr un posicionamiento efectivo de la tilapia ecuatoriana en un nuevo mercado extranjero, ya que se busca potenciar la calidad y beneficios nutritivos del producto, y por ende ser competitivo ante productos similares.

Una gran oportunidad de negocio es desarrollar un sitio web en el cual se ofrezca la más detallada información acerca del producto como: precios, tipo, tamaño de la tilapia, así como convenios con empresas importadoras, galería fotográfica de los diferentes procesos de producción, contactos, solicitud de pedidos y demás detalles que ayuden a que los potenciales consumidores se decidan por el producto ecuatoriano. De igual manera, la participación en ferias internacionales es de gran beneficio para posicionar productos, ya que convocan a grandes y reconocidas empresas importadoras del producto, las cuales pueden verse interesadas en adquirir el producto, logrando de esta manera que se inicien grandes negocios que beneficien a productores y exportadores ecuatorianos.

La Cámara Nacional de Acuicultura se encarga de organizar y coordinar la participación de las empresas dentro de pabellón de Ecuador en las siguientes ferias internacionales del sector de pesca y acuicultura.

**SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA**

16 al 18 de marzo del 2014  
 Boston - EE.UU  
[www.seafoodexpo.com/north-america](http://www.seafoodexpo.com/north-america)

**SEAFOOD EXPO GLOBAL**

6 al 8 de mayo del 2014  
 Bruselas - Bélgica  
[www.seafoodexpo.com/global](http://www.seafoodexpo.com/global)

**SEAFOOD EXPO SOUTHERN EUROPE**

22 al 24 de septiembre del 2014  
 Barcelona - España  
[www.seafoodbarcelona.com](http://www.seafoodbarcelona.com)

**FERIA CONXEMAR**

7 al 9 de octubre del 2014  
 Vigo - España  
[www.conxemar.com](http://www.conxemar.com)



Continúa





**Figura 65: Ferias Internacionales**  
**Fuente: Cámara Nacional de Acuicultura**

Según Karina Amaluisa, Directora de la Oficina Comercial de Pro Ecuador en New York, el flujo de visitantes al pabellón ecuatoriano ha sido superior al del 2013, no solo en número sino en la calidad de citas concretadas; por su parte, los exportadores ecuatorianos se encuentran complacidos con los esfuerzos realizados por Pro Ecuador para fomentar la presencia del país en este importante evento internacional especializado.

La ayuda por parte de las entidades gubernamentales es de gran beneficio para las empresas ecuatorianas, por lo que se debe seguir desarrollando y potencializando dicha participación en este tipo de eventos.



**Figura 66: Promoción de Ecuador en Feria PYMES en China (CISMEF)**  
**Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones**

**Tabla 29****Presupuesto Promoción**

<b>PRESUPUESTO PROMOCIÓN</b>					
	Valor unitario		Cantidades totales mensuales	Cantidades anuales	costos anuales
Promoción de productos en el extranjero	\$7,00	50 muestras gratis cada tres meses	200,00	800,00	\$5.600,00
Ferias internacionales	\$8,000	2 veces al año, See Food Expo global, del 6 al 8 de mayo, See food expor global, del 22 al 24 de septiembre.		2	\$16,000
Representante de ventas	\$3,000	1 representante de ventas	1	12	\$36.000,00
<b>TOTAL</b>					\$57.600,00
<b>Costo unitario</b>					\$0,014

**Elaborado por: Los Autores**

El presupuesto promoción estará destinado a tres rubros importantes que asegurarán el posicionamiento del producto en el mercado internacional, la promoción de productos en el extranjero corresponde a las muestras gratis que serán entregadas a las personas del supermercado para su degustación.

Las ferias internacionales es una buena opción para dar a conocer el producto ecuatoriano a más países de la Unión Europea, se aspira a estar en las dos ferias internacionales más importantes las cuales son: FOOD EXPO GLOBAL y el SEE FOOD EXPORT GLOBAL, con el fin de expandir y conquistar nuevos mercados.

El representante de ventas es la persona encargada de todos los eventos en el año, por lo que se contratará una persona que conozca el

mercado y pueda representar de buena manera a la empresa y el producto ecuatoriano.

- **Estrategias de internacionalización**

El contar con certificados de calidad hace que el producto sea más atractivo para los mercados europeos, ya que determina que la empresa cumple con todos los parámetros hasta llegar al producto final. La empresa Produmar S.A. posee certificaciones de calidad entre ellas: Certificado SQF referente a Sistema de Gestión de Calidad en filetes frescos y congelados de tilapia, Certificado Globalgap referente a producción de calidad y Certificado Best Aquaculture Practices Certification, lo cual permite el ingreso del filete fresco de tilapia de una manera más fácil y segura al mercado europeo, además se buscará incrementar los certificados de calidad con el fin de poder expandir el producto ecuatoriano a más mercados. (Anexo B)

Además se buscará construir alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la producción y cultivo de tilapia, con el fin de potencializar la investigación, producción y comercialización.

Es importante la aplicación y desarrollo de las diferentes estrategias antes mencionadas, ya que permitirá que el producto se pueda ofertar en más mercados extranjeros, además que el estar en varios mercados evitará una competencia directa con los principales proveedores y ayuda al posicionamiento del producto tanto en el mercado como en la mente de los consumidores por su calidad y nutrientes beneficiosos para la salud.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- De acuerdo a lo investigado, se puede concluir que el cultivo de tilapia es rentable y genera grandes beneficios a la economía ecuatoriana, ya que es un producto de gran resistencia a enfermedades y reproducción.
- La exportación de tilapia en Ecuador se vio afectada ya que se descuidó la producción de la misma al cultivar camarón, lo cual hizo que las exportaciones tengan una caída considerable y por ende pérdida de mercado internacional.
- La tilapia es un producto con un alto estándar de calidad, ya que cuenta con certificados de calidad que avalan este cumplimiento, además debido a la ubicación geográfica de Ecuador hace que sea un país rico en acuicultura y permite la producción en cautiverio de la tilapia durante todo el año.
- Ecuador ha logrado ser uno de los mayores exportadores de tilapia, lo que hace que el sector acuícola genere mayores ingresos de divisas, además que potencializa la participación de los productos pesqueros ecuatorianos en mercados internacionales.
- La carne de tilapia posee grandes nutrientes que son beneficiosos para la salud de las personas, lo cual hace que este producto tenga mayor aceptación en mercados europeos, debido a que en la actualidad la gente prefiere consumir productos nutritivos.
- Aplicar estrategias a través del fideicomiso de comercio exterior ayuda a que tanto productores como exportadores de tilapia tengan una nueva visión de cómo mejorar la producción de este producto a través de diversos procesos de cultivo.
- El fideicomiso al ser un contrato firmado y debidamente legalizado compromete a las partes a cumplir a cabalidad con el mismo, y al momento de ponerlo en práctica se generará una mayor inversión y desarrollo de la empresa.

## Recomendaciones

- Ecuador es un país que ha logrado ser uno de los mayores exportadores de tilapia, sin embargo se debe seguir impulsando y desarrollando nuevos proyectos que permitan posicionarse en nuevos mercados, así como invertir en tecnología acuícola lo cual mejorará aún más la producción.
- Impulsar capacitaciones técnicas que permitan mejorar el cultivo de la tilapia, así como todo su proceso productivo.
- Potencializar las estrategias de posicionamiento en nuevos mercados, es importante la innovación y desarrollo de mecanismos que permitan que la tilapia ecuatoriana sea reconocida en el extranjero, esto se lo debe de realizar de manera conjunta entre empresas privadas y las instituciones del sector público.
- Realizar campañas publicitarias masivas promocionando los beneficios nutricionales de la tilapia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alceste, César. (s.f.). *Mercado y Comercialización de Tilapia en los Estados Unidos y la Unión Europea*. Panorama Acuícola. Obtenido de <http://fis.com/panoramacuicola/noticias/noticia%205.htm>
- Acosta, A. (16 de 01 de 2014). *Balanza con déficit de \$ 1.351 millones*. E l Universo. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/16/nota/2036921/balanza-deficit-1351-millones>
- Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos. (2011). *Ecuador Producto Interno Bruto*. Recuperado el 10 de 06 de 2014, de [http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto\\_interno\\_bruto\\_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_(pib).html)
- Agronegocios y tecnología. (28 de 10 de 2011). *Cultivo de tilapia*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://agrytec.com/pecuario/index.php?option=com\\_content&id=6247:cultivo-de-tilapia](http://agrytec.com/pecuario/index.php?option=com_content&id=6247:cultivo-de-tilapia)
- Aguirre, C. (08 de 08 de 2014). *El Pib creció 4.91% en el primer trimestre de 2014*. Poderes Inteligencia Política. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de <http://poderes.com.ec/2014/el-pib-crecio-491-en-el-primer-trimestre-de-2014/>
- América Economía. (05 de 06 de 2013). *Conozca cómo afecta la inflación en los mercados*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/conozca-como-afecta-la-inflacion-en-los-mercados>
- Aquaculture Production Technology. Cia. Ltd. (s.f.). *Cría intensiva de tilapia con recirculación de "aguas verdes"*. Recuperado el 13 de 12 de 2014, de [http://www.aquaculture.co.il/technology/S\\_re-circulation.html](http://www.aquaculture.co.il/technology/S_re-circulation.html)
- Aquahoy. (06 de 2013). *Mercado de la tilapia – junio 2013*. Recuperado el 02 de 12 de 2014, de <http://www.aquahoy.com/mercados/estudios/18101-mercado-de-la-tilapia-junio-2013>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (12 de Julio de 2010). *Ecuador y los acuerdos comerciales*. p,2. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletines/boletin%20aitejulio.pdf>
- BCE. (15 de 06 de 2014). *Inflación*. Banco Central del Ecuador. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de Banco Central del Ecuador: <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

- Beltrán, V. (17 de 10 de 2012). *Cultivo de Tilapia en Estanques de Tierra en Ecuador*. Recuperado el 02 de 02 de 2014, de [http://prezi.com/\\_47rcuxc8hm-/cultivo-de-tilapia-en-estanques-de-tierra-en-ecuador/](http://prezi.com/_47rcuxc8hm-/cultivo-de-tilapia-en-estanques-de-tierra-en-ecuador/)
- Berezim, D. (17 de 01 de 2014). *Sudáfrica y el reto de impulsar su economía*. Diario Pulso. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.pulso.cl/noticia/economia/internacional/2014/01/9-36887-9-sudafrica-y-el-reto-de-impulsar-su-economia.shtml>
- Blogspot Austria y Polonia. (17 de 04 de 2012). *Inflación Austria y Polonia*. Recuperado el 07 de 03 de 2014, de <http://austriaypolonia.blogspot.com/2012/04/inflacion.html>
- Boix, A. (03 de 01 de 2014). *Austria: la situación actual*. Recuperado el 30 de 06 de 2014, de <http://iessonferrerdgh1e07.blogspot.com/2014/01/austria-la-situacion-actual.html>
- Bonilla, S. (12 de 11 de 2014). *Colombia ve una oportunidad para aprovechar la corona de la tilapia*. Cámara Nacional de Acuicultura. Recuperado el 03 de 12 de 2014, de <http://www.cna-ecuador.com/prensa/1500-12-11-2014-colombia-ve-una-oportunidad-para-aprovechar-la-corona-de-la-tilapia>
- Bonilla, W. & Hernández, D. (09 de 2011). *"Estudio de Factibilidad Técnica Financiera para el cultivo de peces Tilapia roja en jaulas flotantes en el lago de Ilopango para su comercialización a nivel nacional e internacional"*. Universidad Dr. José Matías Delgado. El Salvador. p, 5-9. Recuperado el 06 de 04 de 2014, de <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/4344/ADTESBE0001351.pdf>
- Cámara Nacional de Acuicultura. (s.f.). *Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos emite dictamen favorable al camarón ecuatoriano*. Recuperado el 10 de 06 de 2014, de <http://www.cna-ecuador.com/noticias-cna/1172-comision-de-comercio-internacional-de-estados-unidos-emite-dictamen-favorable-al-camaron-ecuadoriano>
- Cámara Nacional de Acuicultura. (Octubre de 2014). *Ferías Internacionales*. Obtenido de <http://www.cna-ecuador.com/ferias-internacionales>
- Cano, F. (12 de 04 de 2012). *Recortes en Lituania*. Economía el País. Recuperado el 16 de 06 de 2014, de [http://economia.elpais.com/economia/2012/03/03/actualidad/1330799875\\_266402.html](http://economia.elpais.com/economia/2012/03/03/actualidad/1330799875_266402.html)
- Cañar, B. (2010). *"Producción y Comercialización de Truchas"*. Instituto Tecnológico Superior Edwards Deming. Recuperado el 16 de 04 de 2014, de <http://www.tecnologicodeming.edu.ec/files/PROYECTO%20PARA%20LA%20PRODUCCION%20Y%20COMERCIALIZACION%20DE%20TRUCHAS.pdf>

- Carrino, I. (2 de 03 de 2014). *El ejemplo es Austria*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.ivancarrino.com/el-ejemplo-es-austria/>
- CCI. (2011). *Incoterms*. Cámara de Comercio Internacional. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de [http://www.iccspain.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&Itemid=54](http://www.iccspain.org/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=54)
- Coello, S. (Agosto de 2010). *Red Productiva*. Desarrollo Internacional. Obtenido de [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pnadw723.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadw723.pdf)
- Composanto, J. (08 de 2014). *Acuerdo Multipartes con la Unión Europea*. Revista Aqua. Recuperado el 03 de 12 de 2014, de <http://www.cna-ecuador.com/component/content/article/105-revista/descargas/ediciones-antteriores/1506-aqua-cultura-103>
- Condo, C. (s.f.). *Inversión Social*. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas y Sociales. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de [http://www2.ucsg.edu.ec/jurisprudencia/index.php?option=com\\_content&view=article&id=54&Itemid=66](http://www2.ucsg.edu.ec/jurisprudencia/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=66)
- Consultoría de comercio exterior. (2011). *Sudáfrica*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.coserex.com/85/sudafrica.html>
- Consultoría y formación independiente en economía y finanzas. (2013). *Ficha País Austria*. Recuperado el 30 de 06 de 2014, de [http://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/austria/contenido\\_sidN\\_105223\\_3\\_sid2N\\_1052384\\_cidIL\\_793503\\_ctyIL\\_139\\_scidN\\_793503\\_utN\\_3.aspx?axisU=informe.pdf](http://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/austria/contenido_sidN_105223_3_sid2N_1052384_cidIL_793503_ctyIL_139_scidN_793503_utN_3.aspx?axisU=informe.pdf)
- Correa, R. (28 de 09 de 2013). *Ecuador cerrará su oficina comercial en Sudáfrica*. Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica Andes. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/economia/ecuador-cerrara-oficina-comercial-sudafrica.html>
- Correa, R. (17 de 06 de 2014). *"Se ha llegado a un acuerdo bastante bueno" con la UE*. El Telégrafo. Recuperado el 29 de 10 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-alcanza-un-acuerdo-comercial-con-la-ue.html>
- Crespo, O. (25 de 11 de 2014). Tilapia. (G. Y. Cristian Rodríguez, Entrevistador)
- CFN. (Agosto de 2010). *Negocios Fiduciarios*. Corporación Financiera Nacional. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/images/Seminarios/Material/Agosto/m-negocios-fiduciarios-12-08-10.pdf>

- Datos macro.com. (04 de 2014). *Desempleo de Lituania*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://www.datosmacro.com/paro/lituania>
- Datosmacro.com. (2013). *Lituania - Balanza comercial*. Recuperado el 16 de 06 de 2014, de <http://www.datosmacro.com/comercio/balanza/lituania>
- Departamento Estadístico Lituano. (2012). *Informe Económico y Comercial de Lituania*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/46C40211F877149628F7BF80361E6336.pdf>
- Diario El Productor. (08 de 06 de 2013). *Ecuador: El camarón desplaza a cultivos de tilapia*. Recuperado el 02 de 12 de 2014, de <http://elproductor.com/2013/08/06/ecuador-el-camaron-desplaza-a-cultivos-de-tilapia/>
- ECB. (04 de 06 de 2014). *Lituania*. Banco Central Europeo. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2014/html/pr140604.es.html>
- Ecolink. (s.f.). *Inflación*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>
- Economía mexicana. (s.f.). *La inflación negativa, mejor conocida como deflación*. Recuperado el 19 de 6 de 2014, de <http://mexiconomico.blogspot.com/2009/06/la-inflacion-negativa-mejor-conocida.html>
- El Comercio. (13 de 10 de 2001). *Fideicomiso del Banano. p, A.13*. Recuperado el 02 de 02 de 2014, de <http://biblioteca.bce.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=42368>
- El Comercio. (09 de 01 de 2014). *2013, con baja inflación*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de El comercio: <http://www.elcomercio.com/opinion/editorial/2013-baja-inflacion.html>
- El Confidencial. (13 de 10 de 2012). *Los recortes pasan factura al Gobierno lituano que podría perder legislativas*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2012/10/recortes-pasan-factura-gobierno-lituano-podria-20121013-33474.html>
- El Confidencial. (04 de 06 de 2014). *El BCE considera que será un reto para Lituania una inflación sostenible*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de [http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2014-06-04/el-bce-considera-que-sera-un-reto-para-lituania-una-inflacion-sostenible\\_277737/](http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2014-06-04/el-bce-considera-que-sera-un-reto-para-lituania-una-inflacion-sostenible_277737/)
- EL Ergonomista. (13 de 04 de 2012). *La ventaja competitiva*. Recuperado el 13 de 09 de 2014, de <http://www.elergonomista.com/3ab12.html>

- El Telégrafo. (01 de 22 de 2013). *Gobierno austriaco cooperará con Ecuador para impulsar sector de la salud*. Recuperado el 23 de 06 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/gobierno-austriaco-cooperara-con-ecuador-para-impulsar-sector-de-la-salud.html>
- El Telégrafo. (28 de 12 de 2014). *Salario Básico Unificado será de \$340 en 2014*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/salario-basico-unificado-sera-de-340-en-2014.html>
- El Telégrafo. (25 de 09 de 2012). *Ecuador y Lituania buscan profundizar relaciones bilaterales*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-y-lituania-buscan-profundizar-relaciones-bilaterales.html>
- El Telégrafo, E. (13 de 07 de 2013). *Atpdea ¿Qué perdemos realmente?*. Recuperado el 25 de 12 de 2013, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/atpdea-que-perdemos-realmente.html>
- El Universo. (28 de 02 de 2012). *Bajan envíos de tilapia congelada*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2012/02/29/1/1356/bajan-envios-tilapia-congelada.html>
- El Universo. (13 de 12 de 2013). *Renovación de SGP Plus da un año de respiro a empresarios*. Recuperado el 19 de 01 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/12/13/nota/1908831/renovacion-sgp-plus-da-ano-respiro-empresarios>
- El Universo. (17 de 01 de 2014). *Ecuador centrará política exterior en integración regional, Asia y África, anuncia Cancillería*. Recuperado el 09 de 06 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/17/nota/2045051/ecuador-centrara-politica-exterior-integracion-regional-asia-africa>
- Embajada de Sudáfrica en Chile. (s.f.). *Economía*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.embajada-sudafrica.cl/ec-opornegocios.html>
- En positivo. (02 de 2013). *El modelo austriaco frente a la crisis*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://enpositivo.com/2013/02/modelo-austriaco/>
- Espinoza, C. (25 de 04 de 2014). *Prohibir como solución*. Recuperado el 09 de 06 de 2014, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/prohibir-como-solucion-605170.html>
- Espona, R. J. (30 de 04 de 2013). *Lituania en el año de su Presidencia de la UE*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/Elcano\\_es/Zonas\\_es/ARI30-2013-Espona-Lituania-presidencia-de-la-UE](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/Elcano_es/Zonas_es/ARI30-2013-Espona-Lituania-presidencia-de-la-UE)

- Euroexpress. (20 de 12 de 2012). *Aumentan los trabajadores mal pagados en la UE*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://www.euroxpress.es/index.php/noticias/2012/12/20/aumentan-los-trabajadores-mal-pagados-en-la-ue/>
- Explored. (19 de 08 de 1999). *Camaron 70 por ciento con mancha blanca*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/camaron-70-por-ciento-con-mancha-blanca-13144.html>
- Export Enterprisses S.A. (06 de 2014). *Austria: Política y Economía*. Recuperado el 23 de 06 de 2014, de [https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/austria/politica-y-economia?&actualiser\\_id\\_banque=oui&id\\_banque=0&memoriser\\_choix=memoriser](https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/austria/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser)
- FAO, (09 de 08 de 2013). *Tilapia*. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Recuperado el 02 de 12 de 2014, de <http://www.thefishsite.com/reports/?id=2563>
- FAO, (s.f.). *Programa de información de especies acuáticas*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de [http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Oreochromis\\_niloticus/es](http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Oreochromis_niloticus/es)
- Fau, V. (23 de 05 de 2013). *Niños de Lituania*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://www.humanium.org/es/lituania/>
- Fernandez, R. (08 de 10 de 2013). *Rusia abre una guerra comercial contra Lituania*. El País. Recuperado el 16 de 06 de 2014, de [http://internacional.elpais.com/internacional/2013/10/08/actualidad/1381237986\\_334792.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2013/10/08/actualidad/1381237986_334792.html)
- Fiduagraria. (2013). *Aprender de fiducia es aprender a crecer*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2014, de [http://www.fiduagraria.gov.co/archivo\\_unidad/cartilla01.pdf](http://www.fiduagraria.gov.co/archivo_unidad/cartilla01.pdf)
- Financiero. (09 de 01 de 2014). *Crecimiento de Ecuador en el 2014 oscilaría entre 4 y 5.1%*. Recuperado el 10 de 06 de 2014, de [http://www.elfinanciero.com/economia/tema\\_10\\_2014/economia\\_01\\_2014.pdf](http://www.elfinanciero.com/economia/tema_10_2014/economia_01_2014.pdf)
- Fish choice. (09 de 2014). *Tilapia*. Recuperado el 02 de 12 de 2014, de <http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.fishchoice.com/buying-guide/tilapia&prev=search>
- Fleisman, D. (2 de 10 de 2002). *Modelos de las estrategias del Marketing*. Recuperado el 25 de 12 de 2013, de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05\\_n9/modulo\\_estrategias\\_marketing.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n9/modulo_estrategias_marketing.htm)

- Flores, C. (09 de 2012). *Fideicomisos*. Comercio Exterior. Recuperado el 19 de 10 de 2014, de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/143/10/Entrevista.pdf>
- FMI. (s.f.). *Economía ecuatoriana se incrementará un 4,2 %*. Fondo Monetario Internacional. El Comercio. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/economia-ecuatoriana-se-incrementara-segun.html>
- Fundación Produce Veracruz. (2011). *Manual de Producción de Tilapia*. Obtenido de <http://www.funprover.org/formatos/cursos/Manual%20Buenas%20Practicas%20A-cuicolas.pdf>
- García, M., Hernández, A., & Samaniego, T. (30 de 07 de 2012). *Estrategias de comercialización*. Eumednet. Recuperado el Octubre de 2014, de <http://www.eumed.net/ce/2012/gme.html>
- Gascón, M. (01 de 05 de 2014). *Sudáfrica, un emergente golpeado por las huelgas y la baja productividad*. La Información.com. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/economia-general/sudafrica-un-emergente-golpeado-por-las-huelgas-y-la-baja-productividad\\_rmMALEHOcalRzMzWVXSK73/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/economia-general/sudafrica-un-emergente-golpeado-por-las-huelgas-y-la-baja-productividad_rmMALEHOcalRzMzWVXSK73/)
- Gerencie.com. (20 de 10 de 2012). *¿Qué se entiende por sueldo básico?*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.gerencie.com/que-se-entiende-por-sueldo-basico.html>
- Global-rates. (2014). *Inflación Sudáfrica - índice de precios al consumo (IPC)*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/sudafrica.aspx>
- Gonzalez, M. (2011). *Aspecto político de Sudáfrica*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://es.calameo.com/read/000843366a5ce82d045ce>
- Guía de Diseño y Mejora Continua en Procesos Asistenciales. (s.f.). *Control y mejora continua de los procesos*. Recuperado el 19 de 12 de 2014, de <http://www.keisen.com/portal/wp-content/uploads/2009/12/Manual-de-Control-y-mejora-continua-de-los-procesos.pdf>
- Guía de Inversión en Línea. (15 de 03 de 2014). *Inflación de Sudáfrica*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.alfacentauro.info/tasa-de-inflacion-de-sudafrica-parece-estar-bajo-control.html>
- Hurtado, N. (s.f.). *La tilapia en el Perú*. Recuperado el 23 de 04 de 2014, de [http://www.revistaaquatic.com/documentos/docs/nh\\_tilapiaperu.pdf](http://www.revistaaquatic.com/documentos/docs/nh_tilapiaperu.pdf)
- Instituto de Economía. (2012). *Fideicomisos*. Recuperado el 19 de 01 de 2014, de <http://cpcemza.org.ar/wp-content/uploads/ide/Fideicomiso.pdf>

- Instituto de Fomento Región de Murcia. (06 de 2013). *Informe país Asutria*. Recuperado el 30 de 06 de 2014, de [http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id\\_=2\\_690](http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id_=2_690)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2013). *Análisis del Sector Pesca*. Recuperado el 04 de 06 de 2014, de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2013\\_PESCA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_PESCA.pdf)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (21 de 06 de 2012). *Ficha Tilapia*. Recuperado el 19 de 01 de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/tilapia-mundo/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (Agosto de 2013). *Plan de Marketing para los productos estrella del Ecuador*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC\\_PM2013\\_MARKETING\\_CHICAGO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_PM2013_MARKETING_CHICAGO.pdf)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.(Enero de 2014). *Ficha tilapia Canadá*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/ESTUDIO-TILAPIA-CANAD%C3%81-PARTE-I-INFORMACI%C3%93N-DE-MERCADO1.pdf>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). *Tilapia en Estados Unidos*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/PROEC\\_PPM2014\\_TILAPIA\\_ESTADOSUNIDOS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/PROEC_PPM2014_TILAPIA_ESTADOSUNIDOS.pdf)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (s.f.). *Balanza Comercial*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). *Incoterms*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>
- Ipac acuicultura. (21 de 08 de 2012). *El sello ASC, nuevo estándar de calidad para la acuicultura*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://www.ipacuicultura.com/noticias/en\\_portada/23539/el\\_sello\\_asc\\_nuevo\\_estandar\\_de\\_calidad\\_para\\_la\\_acuicultura.html](http://www.ipacuicultura.com/noticias/en_portada/23539/el_sello_asc_nuevo_estandar_de_calidad_para_la_acuicultura.html)
- ITAM. (s.f.). *Programa Maestro Nacional de Tilapia*. Instituto Tecnológico Autónomo de México. Recuperado el 23 de 04 de 2014, de [http://w4.siap.gob.mx/sispro/portales/pesqueros/tilapia/tilapia/programamaestro\\_nacional.pdf](http://w4.siap.gob.mx/sispro/portales/pesqueros/tilapia/tilapia/programamaestro_nacional.pdf)
- Kotler, P. (08 de 2007). *Estrategias de Precios*. Promonegocios.net. Recuperado el 23 de 02 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

- La Hora. (16 de 06 de 2014). *El sector público no garantiza estabilidad laboral*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818755454&umt=la\\_hora\\_quito\\_sector\\_publico\\_no\\_garantiza\\_una\\_estabilidad\\_laboral](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818755454&umt=la_hora_quito_sector_publico_no_garantiza_una_estabilidad_laboral)
- Larrea, H. (2013). *Asociatividad empresarial*. Revista Líderes. Recuperado el 03 de 04 de 2014, de <http://www.slideshare.net/hlarrea/siicex-asociatividad-2013>
- Legarda, R. d. (19 de 01 de 2014). *Para llegar al mercado europeo la clave es la calidad*. Recuperado el 21 de 10 de 2014, de [http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/exportaciones-venta-productos-ecuador-europa\\_0\\_1069693035.html](http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/exportaciones-venta-productos-ecuador-europa_0_1069693035.html)
- Ley de Mercado de Valores, Capítulo XV, Art. 114 . (s.f.). Recuperado el 19 de 10 de 2014, de <http://www.fiducia.com.ec/pdfs/titulo15.pdf>
- Los mejores destinos. (s.f.). *Sudáfrica*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/sudafrica/sudafrica\\_economia\\_negocios\\_industrias.php](http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/sudafrica/sudafrica_economia_negocios_industrias.php)
- Machado, D. (27 de 02 de 2014). *Reflexiones sobre la coyuntura política actual en el Ecuador*. Recuperado el 09 de 06 de 2014, de <http://deciomachado.blogspot.com/2014/05/reflexiones-sobre-la-coyuntura-politica.html>
- Maldonado, G. (30 de 10 de 2011). *Despidos masivos*. El Comercio. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.elcomercio.com/opinion/despidos-masivos.html>
- Maradiugue Tuesta, Rocío. (s.f.). *Plantamiento Estratégico para la producción y comercialización de Tilapia*. Obtenido de Plantamiento Estratégico para la producción y comercialización de Tilapia: <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ZOOT%C3%89CNICAS/CARRERA%20DE%20INGENIER%C3%8DA%20ZOOT%C3%89CNICA/09/PRODUCCI%C3%93N%20ACU%C3%8DCOLA/Planeamiento%20Estrategico%20para%20la%20Produccion%20y%20Comercializacion%20de%20Tilapias>.
- Masterson, J. (2007). *Blackchin Tilapia* . Obtenido de [http://www.sms.si.edu/irlspec/Sarotherodon\\_melanotheron.htm](http://www.sms.si.edu/irlspec/Sarotherodon_melanotheron.htm)
- Mendoza, E. (16 de 01 de 2014). *Fideicomiso mercantil*. Recuperado el 19 de 01 de 2014, de [http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=800&Itemid=32](http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=800&Itemid=32)
- Mendoza, V. & López, J. (01 de 2013). *Plan Estratégico de Marketing para la empresa Lomacral productora de larvas de camarón en la Península de Santa Elena*. Universidad Politecnica Salesiana. Guayaquil. Recuperado el 21 de 04 de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5259/1/UPS-GT000460.pdf>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú. (2010 ). *Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a la Unión Europea*. Obtenido de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_ue.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_ue.pdf)
- Ministerio de Coordinación de la Política Económica. (Abril de 2011). *Costo arancelario de la no renovación del Atpdea y del Sistema General de Preferencias para Ecuador*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/MINCPE/atpdeasgfinal>
- Moreno, M. (28 de 02 de 2014). *La crisis del euro se extiende al norte de Europa*. Blogsalmon Economía y Finanzas. Recuperado el 23 de 06 de 2014, de <http://www.elblogsalmon.com/mercados-financieros/la-crisis-del-euro-se-extiende-al-norte-de-europa>
- Notitarde.com. (19 de 06 de 2014). *Lituania y la Eurozona*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://www.notitarde.com/Economia/Eurogrupo-da-su-visto-bueno-a-la-entrada-de-Lituania-en-la-Eurozona-/2014/06/19/333958>
- Oficina Comercial de Ecuador en New York. (Marzo de 2014). *Segundo día de participación del Ecuador en la feria “Boston Seafood 2014” en Estados Unidos*. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/en/2014/03/18/segundo-dia-de-participacion-del-ecuador-en-la-feria-boston-seafood-2014-en-estados-unidos-2/>
- Oficina de Información Diplomática. (06 de 2014). *Lituania*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/lituania\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/lituania_FICHA%20PAIS.pdf)
- Oficina de Información Diplomática de España. (09 de 2013). *República de Sudáfrica*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SUDAFRICA\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SUDAFRICA_FICHA%20PAIS.pdf)
- Oficina de Información Diplomática de España en Viena. (11 de 2012). *Austria*. Recuperado el 23 de 06 de 2014, de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Austria\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Austria_FICHA%20PAIS.pdf)
- Oficina Económica y Comercial de España. (2012). *Lituania*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.upv.es/contenidos/ORI/info/U0649425.pdf>
- Olamendi, G. (2013). *Estrategias de Posicionamiento*. Obtenido de <http://www.estoemarketing.com/estrategias/posicionamiento.pdf>
- Osorio, L. (10 de 08 de 2014). *Acuerdo Ecuador – Unión Europea*. Recuperado el 29 de 10 de 2014, de [http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2014/08/acuerdo-ecuador-union-europea\\_10.html](http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2014/08/acuerdo-ecuador-union-europea_10.html)

- Paredes, E. (2009). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la producción de cachama blanca en Loreto provincia de Orellana, para su comercialización en hoteles cuatro y cinco estrellas ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Recuperado el 21 de 04 de 2014, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6072/1/37827\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6072/1/37827_1.pdf)
- Patiño, R. (08 de 09 de 2013). *Ecuador y Sudáfrica buscan profundizar las relaciones en el sector minero*. Ministerio de Relaciones Exteriores. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://cancilleria.gob.ec/ecuador-y-sudafrica-buscan-profundizar-las-relaciones-en-el-sector-minero/>
- Perez, C. (04 de 08 de 2013). *Lituania, una historia de éxito (según las estadísticas)*. El País. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de [http://economia.elpais.com/economia/2013/08/02/actualidad/1375453151\\_179987.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/08/02/actualidad/1375453151_179987.html)
- Perez, Christian. (s.f.). *Tilapia: beneficios y propiedades*. Obtenido de <http://www.natursan.net/tilapia-beneficios-y-propiedades/>
- Perú, M. d. (2004). *Perfil del Mercado y Competitividad Exportadora de la Tilapia*. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/pdfs/Tilapia.pdf>
- Pioli, F. (s.f.). *El ingreso de Venezuela al Mercosur*. Revista de Comercio Exterior e Integración. Recuperado el 15 de 04 de 2014, de <http://www.cei.gov.ar/userfiles/6%20El%20ingreso%20de%20Venezuela%20al%20Mercosur.pdf>
- Proaño, P. (28 de Octubre de 2012). *Certificado de origen en Ecuapasss*. Todo Comercio Exterior. Recuperado el 28 de Noviembre de 2014, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-de-origen-en-ecuapasss>
- Pro Colombia. (28 de 03 de 2014). *TLC con Estados Unidos abrió las puertas a la tilapia roja del Huila*. Recuperado el 13 de 09 de 2014, de <http://www.proexport.com.co/noticias/tlc-con-estados-unidos-abrio-las-puertas-la-tilapia-roja-del--huila>
- Pro Mexico. (2013). *Austria*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/2060/1/images/austria\(1\).pdf](http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/2060/1/images/austria(1).pdf)
- Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica . (Abril de 2010). *Tilapia*. Recuperado el 2014, de [www.hondurassiexporta.hn/download/112/](http://www.hondurassiexporta.hn/download/112/)
- Ramirez, R. (05 de Junio de 2013). *Ecuador presentó los avances en ciencia y tecnología ante comisión de Naciones Unidas*. Agencia Pública de Noticias de Ecuador y

- Suramérica Andes. Recuperado el 26 de Junio de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-presento-avances-ciencia-tecnologia-ante-comision-naciones-unidas.html>
- Red de Comunicación Comunitaria. (s.f.). *Asociatividad Empresarial*. Recuperado el 03 de 04 de 2014, de <http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/Presentacion%20Asociatividad.pdf>
- Revista Ekos. (2014). *Perspectivas económicas*. Ekos. p, 33.
- Rodas, F. (Febrero de 2012). *Contabilidad Puntual*. Obtenido de <http://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Rodriguez, O. (2005). *20 respuestas sobre el fideicomiso*. Recuperado el 16 de 02 de 2014, de [http://www.produccion-animal.com.ar/empresa\\_agropecuaria/empresa\\_agropecuaria/46-respuestas\\_sobre\\_fideicomiso.pdf](http://www.produccion-animal.com.ar/empresa_agropecuaria/empresa_agropecuaria/46-respuestas_sobre_fideicomiso.pdf)
- Romero Arteta Ponce Abogados. (2012). *Encargo fiduciario en el Ecuador*. Recuperado el 09 de 11 de 2014, de <http://www.rap.com.ec/es/fideicomiso-y-patrimonio>
- Sáez, L., Cancino, M., Díaz, C., & Maino, M. (2013). *Avances en Ciencias Veterinarias*. Chile.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 09 de 04 de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Servicio de Información Comunitario sobre Investigación y Desarrollo. (30 de 04 de 2007). *La ciencia de Sudáfrica apunta a lo más alto*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://cordis.europa.eu/news/rcn/27591\\_es.html](http://cordis.europa.eu/news/rcn/27591_es.html)
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Registro Único de Contribuyentes*. Recuperado el Noviembre de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Diciembre de 2012). *Glosario de Términos Generales Ecuapass*. Recuperado el 2014, de [www.aduana.gob.ec/archivos/Borrador\\_Glosario.docx](http://www.aduana.gob.ec/archivos/Borrador_Glosario.docx)
- Silva, G. (06 de 2011). *Productividad*. Revista Aqua. p, 12-13. Obtenido de <http://www.aqua.cl/revistas/lo-mejor-de-aqua-nor/>
- Spanish people. (06 de 05 de 2014). *Sudáfrica, único país africano entre los 25 principales destinos de inversión*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://spanish.peopledaily.com.cn/n/2014/0605/c31620-8737354.html>
- St. Peter's. (2012). *Todo lo que usted debe saber sobre el consumo de tilapia*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de <http://www.tilapia.co.cr/consumo.htm>

- Subsecretaría de Acuicultura. (2010). *Tilapia en Ecuador*. Obtenido de <http://www.viceministerioap.gob.ec/pesca/noticias/page/84>
- Surprisingly Ingenious. (11 de 02 de 2014). *Panorama I+D*. Investigación y desarrollo Austria. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.advantageaustria.org/international/zentral/business-guide-oesterreich/investieren-in-oesterreich/forschung-und-entwicklung.es.html>
- Telesur. (03 de 06 de 2014). *Trabajadores metalúrgicos sudafricanos amenazan con nueva huelga*. Recuperado el 30 de 07 de 2014, de <http://www.telesurtv.net/articulos/2014/06/03/economia-sudafricana-podria-ser-afectada-por-nueva-huelga-6855.html>
- Thodesen, J. (01 de 10 de 2013). *Mejoramiento genético de tilapias en China*. Panorama Acuícola Magazine. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://www.panoramaacuicola.com/articulos\\_y\\_entrevistas/2013/09/26/mejoraminto\\_genetico\\_de\\_tilapias\\_en\\_china.html](http://www.panoramaacuicola.com/articulos_y_entrevistas/2013/09/26/mejoraminto_genetico_de_tilapias_en_china.html)
- Tilapia center. (2010). *Cultivo intensivo tilapia*. Recuperado el 13 de 12 de 2014, de [http://tilapiacenter.com/index/index.php?option=com\\_content&view=article&id=71:1120m3-tilap46-cultivo-tilapia-4-tanques-6mt-diametro&catid=42:kit-tanques-geomembrana&Itemid=79](http://tilapiacenter.com/index/index.php?option=com_content&view=article&id=71:1120m3-tilap46-cultivo-tilapia-4-tanques-6mt-diametro&catid=42:kit-tanques-geomembrana&Itemid=79)
- Trade Map. (2011). *Importaciones-Exportaciones*. Recuperado el 28 de 03 de 2014, de <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- Trading economics. (2014). *Lituania tasa de inflación*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://es.tradingeconomics.com/lithuania/inflation-cpi>
- Uquillas, G. (10 de 06 de 2014). *Balanza comercial ecuatoriana crece en 170,4%*. Ecuadortimes.net. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.ecuadortimes.net/es/2014/06/10/balanza-comercial-ecuatoriana-crece-en-1704/>
- Vaca, C. (23 de 12 de 2013). *La inversión social seguirá siendo prioridad para el gobierno de Ecuador en 2014*. Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica Andes. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/inversion-social-seguira-siendo-prioridad-gobierno-ecuador-2014.html>
- Veinte minutos. (03 de 02 de 2013). *El milagro austríaco contra el desempleo: su tasa de paro deja en evidencia al resto de la UE*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.20minutos.es/noticia/1718653/0/milagro/paro/austria/>
- Vicepresidencia de la Republica . (18 de 01 de 2013). *Producto Interno Bruto de Ecuador creció más que el promedio de América Latina*. Recuperado el 09 de 06 de 2014, de [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user)

\_view&id=189576&umt=producto\_interno\_bruto\_ecuador\_crecio\_mas\_que\_promedio\_america\_latina

- Villagordoa, M. (s.f.). *Especies del Fideicomiso*. Recuperado el 19 de 01 de 2014, de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/167/6.pdf>
- Ying, Z. (27 de 03 de 2013). *China y Sudáfrica priorizarán lazos bilaterales en su política exterior*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://espanol.cntv.cn/20130327/105592.shtml>
- Zambrano Alexandra. (2012). *Pesca y Acuicultura en el Ecuador*. Revista el Agro. Recuperado el 27 de 10 de 2014, de <http://www.revistaelagro.com/2012/08/08/pesca-y-acuicultura-en-el-ecuador/>
- Zimmermann, S. (01 de 11 de 2011). *La tilapia en China: ¿cómo puede ser tan competitiva?*. Panorama Acuícola Magazine. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://www.panoramaacuicola.com/columnas/2011/06/30/el\\_fenomenal\\_mundo\\_de\\_las\\_tilapias/2011/11/01/la\\_tilapia\\_en\\_china\\_como\\_puede\\_ser\\_tan\\_competitiva.html](http://www.panoramaacuicola.com/columnas/2011/06/30/el_fenomenal_mundo_de_las_tilapias/2011/11/01/la_tilapia_en_china_como_puede_ser_tan_competitiva.html)
- Zimmermann, S. (01 de 08 de 2013). *Capítulo 13. Ecuador: el cambio de tilapia a camarón puede significar la pérdida de mercados y el surgimiento de otras competencias*. Panorama Acuícola Magazine. Recuperado el 03 de 07 de 201, de [http://www.panoramaacuicola.com/columnas/2011/06/30/el\\_fenomenal\\_mundo\\_de\\_las\\_tilapias/2013/07/30/capitulo\\_13\\_ecuador\\_el\\_cambio\\_de\\_tilapia\\_a\\_camaron\\_puede\\_significar\\_la\\_perdida\\_de\\_mercados\\_y\\_el\\_surgimiento\\_de\\_otras\\_competencias.html](http://www.panoramaacuicola.com/columnas/2011/06/30/el_fenomenal_mundo_de_las_tilapias/2013/07/30/capitulo_13_ecuador_el_cambio_de_tilapia_a_camaron_puede_significar_la_perdida_de_mercados_y_el_surgimiento_de_otras_competencias.html)
- Zimmermann, s. (01 de 04 de 2014). *Capítulo 17. ¿Quién paga más por una tilapia de calidad?*. Panorama Acuícola Magazine. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de [http://www.panoramaacuicola.com/columnas/2011/06/30/el\\_fenomenal\\_mundo\\_de\\_las\\_tilapias/2014/03/24/capitulo\\_17\\_quien\\_paga\\_mas\\_por\\_una\\_tilapia\\_de\\_calidad.html](http://www.panoramaacuicola.com/columnas/2011/06/30/el_fenomenal_mundo_de_las_tilapias/2014/03/24/capitulo_17_quien_paga_mas_por_una_tilapia_de_calidad.html)