



FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TEMA

**OPORTUNIDADES Y RETOS COMERCIALES DE LA FRUTA PITAHAYA BAJO
EL ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR-UE**

TÍTULO AL QUE POSTULA

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ÉNFASIS EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

AUTOR

RAÚL EMILIO CASTRO SALAZAR

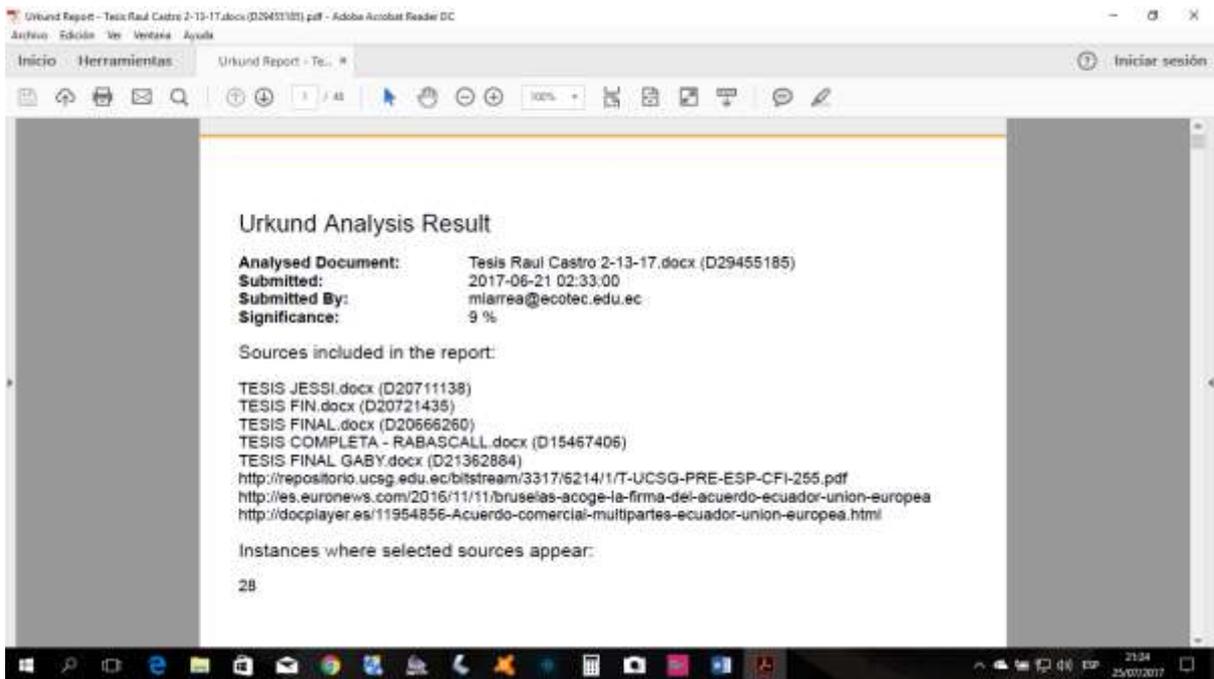
NOMBRE DEL TUTOR

ING. MÓNICA LARREA PAREDES, MGS.

GUAYAQUIL

2017

Reporte del Sistema Antiplagio UrKund



Certificación de Revisión FINAL

QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

**OPORTUNIDADES Y RETOS COMERCIALES DE LA FRUTA PITAHAYA BAJO
EL ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR-UE**

**FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD, ASÍ COMO
EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE DICTAN EN EL INSTRUCTIVO,
POR LO QUE SE AUTORIZA A: RAÚL EMILIO CASTRO SALAZAR**

QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.

Samborondón, 30-agosto-2017

ING. MÓNICA LARREA PAREDES, MGS.

TUTOR

Agradecimiento

A mis profesores que no solo me han ayudado en la parte educacional sino en la personal, siendo consejeros y amigos, que han estado en todo momento cuando necesito de su ayuda.

A mi tutora Ing. Mónica Larrea que ha estado pendiente de mí a la distancia y me ha ayudado en todo este viaje.

A mi Universidad en general por recibirme y hacerme sentir como mi segundo hogar, por llenarme de experiencias, buenos momentos, y también darme la oportunidad de graduarme inclusive a la distancia.

Dedicatoria

Quiero dedicar este logro a mis padres por el amor recibido, la paciencia y dedicación con la que cada día se preocupan por mí.

A Dios por no dejarme vencer y siempre darme esa fuerza que necesitaba para seguir adelante.

A mis hermanos y a mis amigos que con sus bromas y presiones lograban generar en mí esa energía extra para culminar.

Resumen

Los acuerdos comerciales tanto bilaterales como multilaterales del territorio nacional y otros países, se considera en la actualidad como una alternativa sustancial para mejorar la economía de exportaciones, el presente trabajo busca establecer elementos que permitan promover el desarrollo comercial de la pitahaya en el mercado europeo. Para lo cual se estudiaron las estrategias de comercialización de pitahaya a los países suscritos al acuerdo comercial entre Ecuador-UE, los aspectos legales, así como la identificación de la importancia del comercio ecuatoriano con la Unión Europea para el desarrollo comercial de productos no tradicionales en los países europeos suscritos al acuerdo comercial.

Se utilizó la investigación cualitativa y descriptiva bajo las herramientas de análisis de datos estadísticos.

El acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador, ha llevado a que en el 2017 las Pymes puedan proveer más productos en comparación con la demanda internacional del 2016, lo que al bajar las salvaguardas por el actual gobierno, generar mayor facilidad comercial, la economía ecuatoriana está surgiendo poco a poco, en especial por la subsistencia de las empresas y el aumento de Pymes en todo el territorio, generando mayor capacidad de empleo y mejor sustento ante un buen vivir esperado por cada familia.

Se pudo concluir que los lineamientos legales ante la firma del acuerdo comercial entre las partes en estudio, mantuvieron lineamientos estratégicos que ha beneficiado en la actualidad a la ciudadanía emprendedora y resto de ciudadanos y a las empresas y consumidores europeos, lo que se identifica como un sistema comercial que beneficia y se proyecta a seguir beneficiando en especial al productor de fruta de pitahaya y a la ciudadanía que sobrevive de la producción y comercialización de la fruta en la actualidad.

Palabras Claves: Acuerdo comercial, bilateral, multilateral, economía, Pymes, pitahaya.

Abstract

The bilateral and multilateral trade agreements of the national territory and other countries are now considered as a substantial alternative to improve the economy of exports, the present work seeks to establish elements that allow to promote the commercial development of the pitahaya in the European market. For that, the strategies of commercialization of pitahaya to the countries subscribed to the commercial agreement between Ecuador-UE, the legal aspects, as well as the identification of the importance of the Ecuadorian trade with the European Union for the commercial development of non-traditional products in The European countries subscribed to the trade agreement.

Qualitative and descriptive research was used under statistical analysis tools.

The trade agreement between the European Union and Ecuador, has led to the fact that in 2017 SMEs can provide more products compared to the international demand of 2016, which lower safeguards by the current government, generate greater trade facility, economy Ecuadorian economy is gradually emerging, especially by the subsistence of companies and the increase of SMEs throughout the country, generating greater capacity for employment and better livelihood in the face of a good living expected by each family.

It was possible to conclude that the legal guidelines before the signing of the commercial agreement between the parties under study, maintained strategic guidelines that have now benefited the entrepreneurial citizens and other citizens and European companies and consumers, which is identified as a system Which benefits and is projected to continue to benefit in particular the pitahaya fruit producer and the surviving citizenship of the production and commercialization of the fruit today.

Keywords: Trade agreement, bilateral, multilateral, economy, SMEs, pitahaya

Tema:
OPORTUNIDADES Y RETOS COMERCIALES DE LA FRUTA PITAHAYA BAJO
EL ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR-UE

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
Reporte del Sistema Antiplagio UrKund	ii
Certificación de Revisión FINAL.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Índice de Tablas	xi
Índice de Figuras	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
Contexto histórico social del objeto del estudio.....	1
Antecedentes.....	1
Planteamiento del Problema científico	2
Formulación del problema.....	3
Delimitación.....	3
Límites temporales.....	3
Limites espaciales.....	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos.....	4
Hipótesis.....	4
Variables.....	4
Justificación.....	5
Conveniencia	6

Relevancia Social	6
Implicaciones prácticas	6
Valor teórico.....	6
Utilidad metodológica.....	7
Novedad.....	7
Alcance de la investigación.....	7
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO	8
1.1. Teoría del Comercio Internacional	8
1.1.1. Efectos Externos pecuniarios y no pecuniarios de las transacciones	14
1.2. Comercio entre naciones	15
1.3. Mercados en emergencia comercial.....	16
1.4. Procesos y Acuerdos Comerciales y de integración comercial.....	17
1.5. Antecedentes de la negociación del acuerdo UE-Ecuador.....	18
1.6. Revisión de los aspectos legales generados en el acuerdo comercial firmado el 11 de noviembre del 2016.....	19
CAPÍTULO II.....	27
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.1. Diseño de la Investigación	27
2.2. Tipos de Investigación	27
Investigación cualitativa	27
Investigación descriptiva.....	27
CAPÍTULO III.....	29
ANÁLISIS Y RESULTADOS	29
3.1. Análisis de la situación actual del acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador y el beneficio de la fruta de Pitahaya	29
3.1.2. Las empresas como actores primordiales del transcurso de internacionalización bajo el acuerdo firmado	30

3.1.3. Análisis de la situación de comercio exterior del Ecuador	30
3.2. Situación comercial de productos del agro ecuatoriano	33
3.3. Partida Arancelaria de Pitahaya, Producción y exportación al mundo.....	34
3.4. Sistema Comercial de exportación a la UE	35
CAPÍTULO IV	39
PROPUESTA.....	39
4.1. Antecedentes	39
4.2. Fases de la Propuesta	40
4.2.1. Descripción	40
4.2.2. Verificación de stock de producción de fruta actual.....	40
4.2.3. Control y Capacitación	41
4.2.4. Oficinas y sistema integral de negociación y exportación de la fruta al mercado Europeo.....	42
4.2.5. Forma en la que se aplica estrategias de comercialización de la fruta en su debido empaque para su comercialización al mercado extendido de Europa	44
Conclusiones.....	50
Recomendaciones	51
Bibliografía.....	52
ANEXO 1.....	55

Índice de Tablas

Tabla 3 Número y tamaño de las compañías del producto de Pitahaya.....	36
Tabla 4 Principales destinos de exportación del Ecuador de la fruta de pitahaya, con partida arancelaria 0810.90.....	37
Tabla 1 Tipos de Envío para Destinos de Europa.....	45
Tabla 2 Tiempos estimados basados en salida desde puertos marítimos ecuatorianos.....	47
Tabla 5 Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA). PROECUADOR, 2016. .	60
Tabla 6. Localización Geográfica de la Producción de Pitahaya en Ecuador.....	60

Índice de Figuras

<i>Figura 3. Evolución exportaciones totales miles USD FOB Banco Central del Ecuador. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016).....</i>	31
<i>Figura 4. Exportaciones primarias e industrializadas miles USD FOB: Banco Central del Ecuador. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016).....</i>	32
<i>Figura 5. Exportaciones no petroleras: Tradicionales y no Tradicionales- Miles USD FOB: Banco Central del Ecuador. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016).....</i>	32
<i>Figura 6. Porcentaje de Población Dedicada a la Agricultura Banco Central del Ecuador.....</i>	33
<i>Figura 7. Países destinos de las exportaciones ecuatorianas de Pitahaya FOB 2015. Dirección de Inteligencia Comercial E inversiones: Pro Ecuador, 2016.....</i>	35
<i>Figura 8. Mayores importadores Europeos desde Ecuador. (Delegación de la Unión Europea para el Ecuador, 2015).....</i>	38
<i>Figura 1. Oficinas en el mundo de Pro ecuador, 2016.....</i>	43
<i>Figura 2 Tiempo de llegada según Pro ecuador, 2016.....</i>	43
<i>Figura 9. Exportaciones de productos no tradicionales al mundo PROECUADOR, 2016.....</i>	59
<i>Figura 10 Evolución Total (PROECUADOR, 2015).....</i>	64
<i>Figura 11 Exportaciones no petroleras: (PROECUADOR, 2015).....</i>	65

INTRODUCCIÓN

Contexto histórico social del objeto del estudio

La realización de este trabajo de investigación contribuye a la comunidad estudiantil de información relevante en base del proceso que este tipo de convenios o tratados generan, sumado a esto, el beneficio de oportunidades o perjuicio según los retos que acarrea cada empresario/a dedicados a las importaciones y exportaciones de productos no tradicionales como la pitahaya de la zona 8 del Ecuador, y los beneficios que el país recibe a través de los impuestos que se recaudan o se podrían recaudar por este tipo de comercio exterior, que genera una cadena de beneficios a todos los actores de la cadena comercial de este tipo de productos.

Antecedentes

En muchos casos la falta de estrategias de comercialización de productos no tradicionales, ha conllevado a que éstos no se puedan comercializar a otros países, por la serie de trámites legales y elementos logísticos que se deben considerar para enviar el producto a nivel internacional, las barreras arancelarias constituyen en este tipo de casos problemas para el productor y empresas dedicadas a las actividades de negociación y comercialización de productos no tradicionales a nivel internacional, las cuales no pueden llegar de manera efectiva a los mismos dado los costos que unidos a los impuestos arancelarios que deben cancelar para nacionalizar los productos en el país de destino, pierdan la competitividad requerida.

Acorde a lo antes expuesto, y ante la disminución de recursos financieros del país por la reducción del comercio internacional del petróleo, las estrategias del país, por la inducción al Cambio de la Matriz Productiva, se han generado nuevas estrategias comerciales donde la introducción de productos no tradicionales en fresco o industrializados, han generado expectativas comerciales a nivel internacional, del cual en la actualidad estos productos han generado mayor

demanda de la esperada y son muchos los países que ya son clientes de los productos ecuatorianos no tradicionales, en este punto, el mayor continente que demanda los productos no tradicionales ecuatorianos es Europa.

Planteamiento del Problema científico

Acorde al deficiente cumplimiento de acuerdos bilaterales y multilaterales en base a las relaciones comerciales entre naciones, se han favorecido y perjudicado a países en subdesarrollo, el gobierno Ecuatoriano en su administración estratégica ha intentado verificar las mejores estrategias que beneficien al país por nuevos acuerdos internacionales en el campo de comercio exterior, derivado a los productos no tradicionales como la pitahaya y otros productos de origen orgánico que atraen al consumidor europeo por los beneficios nutricionales y medicinales de este tipo de mercancías, orientando a través de la comercialización de estos productos al beneficio económico directo e indirecto a cada familia del micro y pequeño productor, el mismo que pueda dar un mejor vivir a sus familias.

Según (Ansoff, 2009) indica que “Cuando un administrador entiende el ambiente y reconoce que la situación está en constante cambio, entonces puede tomar las decisiones correctas liderando las organizaciones hacia el futuro”, de esta forma se puede analizar que en cada ambiente, cambios gubernamentales, decisiones que puedan destacar en la caracterización de la estrategia de negociación utilizada por el Estado y sus mandantes y que estas beneficien a todos en general.

Según Kotler y Gertner, (2006) “Planeación Estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo”. En este punto se puede verificar cual es la planeación estratégica utilizada en el sistema de comercialización de productos no tradicionales de origen orgánico al mercado europeo, derivado acorde a las facilidades o barreras de entrada que efectuó el convenio que se creó hasta junio del 2016 y se ejecutó en noviembre del mismo acorde al beneficio de Ecuador y/o o beneficia a un solo grupo social definido.

Según Drucker, (2008) indica que existen “Siete fuentes de oportunidad innovadora que deben seguir los que están interesados en iniciar un proyecto empresarial, las cuales se clasifican así, lo inesperado, incongruente, necesidad del proceso, estructura del mercado, la demografía, percepción de la gente y nuevos conocimientos” este aporte, conlleva a que cada micro y pequeño productor pueda capacitarse y elaborar proyectos productivos de frutas granos o cereales orgánicos (productos no tradicionales) que puedan ser parte del stock que ayude a cumplir a tiempo con la entrega de los pedidos de cada mercado o nación de la Unión Europea con Ecuador.

Acorde a estos lineamientos, nacen múltiples dudas, recordando los perjuicios ocasionados por Estados Unidos con su Tratado de Libre Comercio que en épocas anteriores realmente perjudicó a Ecuador.

Formulación del problema

¿Qué tipo de beneficios comerciales, se generan a través del acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador?

Delimitación

Límites temporales

El presente estudio, se genera en base a los resultados obtenidos por el plan piloto del acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea en el año 2015.

Límites espaciales

El desarrollo se genera en la zona 8 del Ecuador, donde se identifican empresas dedicadas a la comercialización y exportación de esta fruta a varias naciones europeas, a su vez que se define el monto de producción de la fruta y los beneficios o perjuicios que incurren en el desarrollo sostenible y sustentable de productor de pitahaya de la zona en estudio.

Objetivo General

Analizar los beneficios del acuerdo comercial con la Unión Europea con la finalidad de plantear una propuesta para promover el desarrollo comercial de la pitahaya.

Objetivos Específicos

- Analizar las teorías del comercio internacional y las estrategias a utilizar en el marco de comercialización de pitahaya a la unión europea según firma suscrita al acuerdo comercial.
- Identificar la importancia del comercio ecuatoriano con la Unión Europea para el desarrollo comercial de productos no tradicionales en los países Europeos suscritos al acuerdo comercial.
- Elaborar una propuesta para promover el desarrollo comercial de la Pitahaya en la Unión Europea bajo el acuerdo comercial en su análisis.

Hipótesis

Con el acuerdo comercial Ecuador-UE, el desarrollo sostenible y sustentable de la producción de productos no tradicionales y de los actores de la cadena comercial, se verán beneficiados conllevando a un Buen Vivir ciudadano estable.

Variables

Variable independiente

Acuerdo comercial

Variable dependiente

- Sistema comercial de productos no tradicionales como la pitahaya

Justificación

Dentro del proceso de internacionalización de la producción nacional se debe analizar el alcance que tendrá el convenio comercial, mismo que involucra retos a afrontar y oportunidades que deben ser aprovechadas con la finalidad de incrementar el ingreso de divisas y por tanto mejorar las condiciones económicas del país, más aún en una economía dolarizada. Por tanto, para estar preparados para afrontar el nuevo panorama que se delinea con la firma del convenio, es necesario conocer las particularidades y alcance del mismo.

Según Villagómez (2011) presenta una interrogante la cual expresa “¿Por qué la demora en base a concretar el acuerdo planteado por varios años y que aparenta generar beneficios?”, la misma obliga a indagar a profundidad sobre estos aspectos de demora, ya que se debe entender que muchos empresarios no en bien este tipo de acuerdos, acorde al tipo de producción del país y posible demanda a generar que lo que lograría es hacer quedar mal al país en su desarrollo comercial. Para Mendoza (2009), este autor indica que:

“No es sólo que en el establecimiento y ejecución de cuantos acuerdos se han dado, inevitablemente, sectores ganadores y perdedores al interior de una de las partes participantes mientras se mantiene un saldo neto positivo; sino que existen crecientes indicios de que dichos acuerdos, haciendo un balance de perjuicios y beneficios, resultarían netamente negativos para alguna de las partes, con una pesada carga social y económica generada no a pesar, sino, precisamente, a partir de la aplicación de un proceso de integración comercial deficientemente diseñado” (Pág. 11).

Esta prospección genera un tipo de visión donde la opinión de la ciudadanía civil, a pesar que el interior, el gobierno no desee escuchar opiniones, lo involucra y a su vez ha originado una extensa disputa en base a los beneficios o perjuicios que el acuerdo entre la UE y Ecuador se pudiese originar.

Sin embargo, una parte importante de la posible reducción de la pobreza, donde el tipo de indagación previa sobre el sistema comercial, genera intervalos preocupantes

que el gobierno podría estar generando, tal vez estos se originen en el tipo de producción métrica actual o beneficios económicos que el acuerdo pueda generar al país ante este tipo de tratados, por lo que se justifica el plan de investigación en su propuesta preliminar.

Conveniencia

Este tipo de desarrollos conviene su análisis, por la situación comercial actual del país, de la cual se verifica el fenómeno del cambio de Matriz Productiva y se establecen estrategias comerciales en pro de generar beneficios y no perjuicios por un acuerdo entre grandes naciones y un pequeño país.

Relevancia Social

El presente tema es actual y de interés social, porque dentro del desarrollo textual se analizan los factores de importancia que denotarán el perjuicio o beneficio que podría generarse para Ecuador a través de la suscripción del convenio comercial Ecuador-UE.

Implicaciones prácticas

En base a este tipo de estudios, se puede generar un tipo de orientación a la comunidad o población estudiantil de educación superior, donde se identifiquen los pros y contras de las decisiones del administrativo para mejorar la calidad de vida del ciudadano urbano y rural, en base a la economía derivada por el comercio de productos no tradicionales.

Valor teórico

El aporte textual de este trabajo de investigación, podrá ser utilizado como hemeroteca universitaria y conllevar al estudiante a verificar como se han desarrollado estos fenómenos comerciales, y así el lector identifique el documento como un importante aporte a la comunidad estudiantil.

Utilidad metodológica

Las metodologías de estudio conllevan a optimizar los recursos y herramientas de investigación de campo, en este estudio, se trata específicamente de estos parámetros, el emitir un documento útil que conlleve a la guía metodológica de cómo realizar un trabajo de investigación científica de forma simple y compuesta.

Novedad

El presente estudio es novedoso, porque se verifican los métodos que podrían efectuar beneficios ante la situación comercial entre naciones, donde se verifican en el proceso tardío el tipo de políticas arancelarias, sistema diplomático ante las naciones europeas adjuntas y procesos comerciales según portafolio de productos permitidos a ingresar y otros que no, estrategias que han utilizado las empresas dedicadas a la actividad de comercio internacional como los micro y pequeños emprendedores y productores y el tipo de lineamiento comercial que han denotado el interés en producir y ser comerciantes directos de los productos, lo que se prevé aportará a la reducción de los problemas sociales simples y extremos, permitiendo un mejor vivir ciudadano que se requiere en los tiempos actuales.

Alcance de la investigación

La investigación al verificar el tipo de beneficios y/o perjuicios que se puedan originar por la firma del acuerdo comercial entre Ecuador y UE, y como se podrían optimizar los recursos de producción para poder cubrir la demanda actual de fruta de pitahaya en dicho mercado y posible crecimiento de la misma en la demanda de otras naciones europeas suscritas al acuerdo en mención.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Teoría del Comercio Internacional

La teoría del comercio internacional debería haber sido tratada como una parte de la teoría del comercio entre individuos y del mercado, pero los economistas la han estudiado separadamente porque el supuesto de inmovilidad de factores facilita la modelización y el tratamiento matemático. Este papel, al rescatar la teoría del comercio internacional de Adam Smith de una condena general, pretende subrayar la conexión entre comercio y crecimiento que generaciones de tratadistas han pasado por alto debido a su obsesión con cuestiones estáticas, como son la división de los beneficios del comercio entre naciones, el arancel científico o la relación real de intercambio. (Cabello, 2012)

El descubrimiento del mutuo beneficio del comercio descubierto por los filósofos de la Grecia clásica y los escolásticos del Siglo de Oro español, trata luego del comercio en el Mercantilismo y la Fisiocracia, y luego, centrándose en la Escuela Clásica, presta especial atención a Hume y Smith. Interpreta la aportación de Ricardo como la demostración de que los países menos productivos pueden comerciar a pesar de sus altos costes. Stuart Mill es criticado por aceptar la teoría de las industrias nacientes. Se analiza luego el renacimiento del proteccionismo en la 2ª mitad del siglo XIX y la primera del XX, haciendo hincapié en el abandono del librecambio por Keynes en los años veinte y treinta y en su defensa de un comercio mundial regulado en Bretton Woods. (Llamazares, 2015)

Para terminar, el papel recoge las ingeniosas contribuciones teóricas y empíricas de los economistas neo-clásicos y lamenta su obsesión con la estática comparativa, que les lleva a un diálogo de sordos con los proteccionistas, quienes al menos intuyen que las cuestiones de comercio internacional están ligadas con el crecimiento económico.

A lo largo de la historia, los tratadistas han tenido la extraña costumbre de estudiar el comercio internacional separadamente del comercio en general, de presentarlo como un negocio que no concierne únicamente a las partes que intercambian dinero, bienes y servicios, sino que afecta directamente el bienestar general de la nación.

Acorde a lo anterior, es básico en teoría económica el postular que el intercambio voluntario de bienes y servicios entre particulares beneficia a ambas partes y que ese intercambio en principio sólo concierne a ellas, los estudiosos del comercio internacional han considerado que, cuando tal intercambio se realiza entre individuos o compañías domiciliados en Estados distintos, con bienes y servicios producidos en otra nación, y valorados y adquiridos en monedas diferentes, entonces cambia de naturaleza por razón de sus repercusiones sobre la sociedad en general y es susceptible de vigilancia y regulación por las autoridades. (Rionda, 2012).

Mercantilismo

El mercantilismo constituye la primera teoría del comercio internacional, mismo que surgió en Inglaterra a mediados del siglo XVI, considera al oro y la plata como los pilares fundamentales de la riqueza nacional y elementos esenciales para un comercio vigoroso. El principio fundamental planteaba que era conveniente para un país mantener un superávit de comercio, a través de un mayor nivel de exportación que de importación. Para incrementar la acumulación de metales preciosos e incrementar así su riqueza y prestigio nacionales. Ésta doctrina defendía la intervención gubernamental para lograr un excedente en la balanza comercial (Mendez, 2013).

El error del mercantilismo consiste en creer que el comercio es un “juego de suma cero” Actualmente los gobiernos saben perfectamente que pocos países en el mundo pueden tener mayores exportaciones que importaciones, ya que como se puede analizar de las teorías siguientes, ningún país tiene los recursos para ser autosuficiente y exportar el excedente de su producción después de haber satisfecho el consumo nacional, sin embargo el estudio de la balanza de pagos sigue siendo un referente importante para analizar el comportamiento de una economía.

Se sabe que aunque no siempre se puede ser superavitario, un déficit puede ser no tan malo, sobre todo cuando no representa un porcentaje importante del producto interno bruto y cuando puede ser compensado por un ingreso de capitales. (Arteaga, 2015)

Por otro lado, el oro y la plata han dejado de ser los fundamentos de la riqueza de los países, ahora ésta no es algo estático que se pueda guardar en un cofre, sino que se ha convertido en algo dinámico, tal como la tecnología o los servicios que son los que realmente crean la riqueza y el prestigio para los países.

Ventaja absoluta

Adam Smith en su obra clásica “The Wealth of Nations” de 1776, argumentaba que las naciones deben auto capacitarse en el tipo de preparación productiva tanto urbana como rural que generen el tipo de ventaja comercial en el intercambio planteado por las naciones según portafolio de productos y servicios entre los países donde se formula el acuerdo, así, el tipo de teoría de este especialista en el tema, pretende lograr que el lector entienda que todo proceso comercial debe beneficiar a los actores que producen estos acuerdos.

Se deben establecer parámetros estratégicos donde la reducción de costos sea una prioridad para el país, con el fin de mejorar la rentabilidad por actividades comercial internacionales, en base a estos parámetros, la ventaja absoluta, conlleva a que los países en sus acuerdos comerciales generen estrategias comerciales que beneficien a todos por igual sin que el tipo de monopolio exista u oligopolio se establezca como sucede en países de África, del cual mantienen a estas naciones ricas en una pobreza extrema a sus ciudadanos, beneficiándose solo grupos extremos y políticos que no les importa el desarrollo de su ciudadanía en general.

El sustento comercial entre naciones, dejando de lado la existencia del monopolio y cualquier sistema que pretenda solo explotar los recursos del otro sin que este se vea beneficiado, deben considerar el sistema industrial existente, si este es optimizado o si genera pérdidas para los actores productivos, se podría incursionar a una serie de mermas rentables para el país auspiciante, de lo cual Smith, indica que este es un verdadero problema a tratar, del cual si no se toman acciones inmediatas

al percibir dichas acciones el acuerdo se lograra definiendo el monopolio comercial para una de las partes y la ventaja absoluta que perjudica a una nación por no verificar todos los puntos específicos en el proceso de acuerdo comercial por vía diplomática. (Chaid, 2012)

El tipo de manufactura es otro problema que se debe tomar en cuenta, del cual si la materia prima utilizada es transformada y se pretende lograr que esta llegue a generar rentabilidad para el país auspiciante, de no lograrlo, lo único que se logra es ser un proveedor más del país receptor, donde se cede la ventaja absoluta a la otra parte y el perjuicio social y productivo a la nación que cedió sus derechos por no tomar más tiempo del planteamiento comercial en base a la firma del acuerdo entre las partes.

Ventaja comparativa

La teoría de la ventaja comparativa nace hace más de dos siglos, donde Londres genera por primera vez los aspectos comerciales con España y Francia, siendo el nivel comparativo ante políticas ortodoxas generadas por el gobierno italiano, del cual el comportamiento entre naciones era un total desastre, situación que mejoro con el paso del tiempo ante el análisis de variables comerciales que de forma dinámica y estática, establecieron nuevos parámetros para el desarrollo comercial entre estas partes, esto estableció que la producción entre naciones, lograra mejorar la calidad del producto y a su vez se generaran los pedidos acorde al producto que la otra parte no mantenía en su país.

Tal vez por los factores climáticos o por no contar con la tecnología especialidad para ser un país totalmente productivo, ante este hecho se considera la ventaja comparativa, que conllevó a las demás naciones a ver su estado productivo y establecer precios que en mucho de los casos genero muchas controversias pero delimitó un estándar de precios ante las exportaciones y la imposición de aranceles por entrada y salida de estos productos generando un comparativo sustancial productivo que mejoró la calidad comercial entre los productos requeridos a través de la tecnología presente, para mejorar la calidad comercial entre naciones y el uso adecuado de las tecnologías que han dignificado y en otra parte perjudicado al desarrollo comercial en la actualidad. (Porter, 2014)

Teoría de Heckscher-Ohlin

Los economistas suecos Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, indicaron bajo su experiencia que la ventaja comparativa, se considera como el producto ante su calidad y precio y el nivel intelectual para hacer producir los territorios de cada nación. Desde ese punto de vista, el intercambio de bienes y servicios conlleva a mejorar la calidad comercial entre naciones y a mejorar el tipo de acuerdos que beneficiaban a muchos y perjudicaban a otros, lo que se considera en la actualidad como una ola de servicio que conlleva a una rentabilidad absoluta.

Al verificar los costos operativos por la actividad comercial, los factores relativos generan disminución de costos y mejoramiento en el cobro de aranceles por entrada de productos y mejor labor social ante el campo productivo de cada nación que requiere y demanda productos de cada nación, estableciendo un acuerdo comercial efectivo y mejoramiento de la equidad comercial. (Ansoff, 2009)

Al parecer con esta teoría, un país que es intensivo en mano de obra está condenado a exportar productos intensivos en este factor y establecer perjuicios sustanciales que merman la rentabilidad de la venta del producto, existen ejemplos como el de Suiza y Hong Kong, países que actualmente son bastante prósperos y de aumento de capital constante, pero ellos no siempre lograron este tipo de frutos, en algún momento fueron perjudicados por no haber analizado el tipo de costos operativos, como lo es el transporte marino, tiempos, calidad del producto, tipo de conservadores de los productos, esto solo generó pérdidas en muchos tiempos y una vez priorizado generó así, el desarrollo sostenible y sustentable de cada nación.

Teoría del ciclo de vida del producto

Raymond Vernon propuso la teoría del ciclo de vida del producto a mediados de los años sesenta. La teoría decía que de manera aparente, las empresas pioneras en un producto creían que era mejor mantener las plantas productivas cerca del mercado y del lugar de toma de decisiones.

La novedad del producto a comercializar, conlleva a verificar la teoría relativa sustancial del sistema comercial actual, ante este hecho, se produjo, la demanda

inicial entre naciones, justificando el accionar por el intercambio comercial que se estaba generando y mejorando la calidad de vida de la ciudadanía de cada nación. Con el tiempo, la demanda del nuevo producto empieza a crecer en otros países avanzados y entonces los productores extranjeros encuentran un motivo para iniciar la producción de tales bienes y de esta forma, abastecer a sus mercados nacionales. Conforme el mercado madura, el producto se vuelve más estandarizado, mejorando la situación de equidad comercial entre las naciones, y estableciendo un mejor análisis del ciclo de vida del producto, del cual mejoraría la rentabilidad sustancial para el desarrollo comercial del proyecto por acuerdo bilateral y multilateral (Mendoza, 2009)

En la actualidad las ascendentes inversiones viajan entre los países desarrollados, sin embargo no siempre sucede lo que la teoría del ciclo de vida del producto plantea aproxima de que la manufactura se da primariamente en los países productores de una nueva tecnología para luego pasar a otros países desarrollados, suceden casos en que un nuevo desarrollo científico es creado en el clúster tecnológico de una empresa norteamericana en Bruselas, Bélgica, y de inmediato se decide llevar la producción de dicha mercancía a un país en desarrollo, tal como China o Europa del Este, dejando sólo en los demás países en desarrollo oficinas de venta acompañadas a veces de centros de comercialización. (Feenstra Et Al, 2014)

Nueva teoría del comercio internacional

La nueva teoría de comercialización entabló a surgir en la década de los setenta. De acuerdo con ella, muchas manufacturas notaban intereses progresivos de la especialización, debido a la presencia de capitales sustanciales de escala. Además los teóricos de la nueva comercialización aseveran que por la apariencia de economías de escala importantes, la impetración mundial exclusivamente apoyará a unas cuantas firmas en varias manufacturas. Los teóricos del nuevo comercio afirman que los países pueden exportar ciertos productos escuetamente porque relatan con una firma que entró por primera vez en una industria que sólo puede sostener a unas cuantas empresas.

Gracias a que pueden adquirir economías de escala, los primeros en entrar en una manufactura pueden colocar un candado en el mercado mundial que desaliente los

intentos de una penetración subsecuente. Muchas fabricaciones globales tienen un número muy limitado de proveedores.

Se tiene aquí un estudio de la compraventa de las grandes compañías mundiales, las cuales vigilan en gran medida el negocio, sobre todo de los países en desarrollo. Para notificar en uno de estos secciones no cuentan ya definitivamente semblantes como la plantilla de constituyentes o la producción, sino que existen barricadas a la entrada que van relacionadas con altas inversiones en I&D, plantas productivas, equipamiento industrial y comercialización, además de fuertes apoyos gubernativos que sólo unos estados logran otorgar.

Una vez dentro del sector, estas grandes proveedores se ubican primariamente en los países de principio de los fundamentales, tal es el caso de Airbus o Goodyear, la primera con capital europeo, tiene su sede en Francia, pero se abastece de filiales localizadas en los países lindantes, España, Inglaterra y Alemania principalmente; la subalterna tiene plantas por todo el mundo, pero importantemente en E.U., que además es las actividades comerciales con el mayor número de vehículos y tiene una región donde su ubican varias de las más grandes armadoras automotrices; Airbus sólo tiene un competidor fuerte que es Boeing, la cual se encuentra en Norteamérica, Goodyear tiene varios competidores en Europa y Asia, sin embargo no se da frecuentemente la llegada de un nuevo participante al negocio. (Daniel, 2008)

Al parecer este suceso teoría del comercio internacional se efectúa en aquellas asociaciones de grandes dimensiones, sin embargo, no se debe olvidar que hay países en los que las Mypimes son el eje de la economía exportadora. Los países tratan de encantar algunas compañías de la cadena fructífera de estos sectores poco competidos, para ello crean y ofrecen clúster productivos.

1.1.1. Efectos Externos pecuniarios y no pecuniarios de las transacciones

El hecho de la transacción económica, que conllevan al entendimiento a considerar en mejorar la relación comercial que mejorara la calidad de vida ciudadana ante la rentabilidad obtenida por el sistema comercial internacional. Pero no todo es efectivo ante el sistema comercial actual, la repercusión sobre terceros en base al tipo de

autorización gubernamental sobre mercado libre o tratado de libre comercio podría ser beneficio para el país desarrollado pero no el que se encuentra en desarrollo sostenible y sustentable de los productores que son explotados en muchos de los casos por los tercerizadores.

El alza de precios debida a la compra transmite a otros posibles transistores una información muy útil sobre la oferta y demanda inmobiliaria en la localidad que facilita la competencia, y al propio tiempo suministra incentivos para que la actividad económica se reajuste a las nuevas circunstancias del mercado inmobiliario local. Todo ello, información e incentivos, son factores decisivos de crecimiento económico. (Arteaga, 2015)

Del mismo modo, la ventaja de un navío de crudo petrolero por una refinería mundial, define muchas refutaciones. Porque los precios transmiten información sobre escasez y abundancia relativas e incentivan a quienes participan en el mercado a buscar su beneficio, los autores que citamos “clásicos” consideran que la libertad de transacciones, al ajustar la economía mundial a las circunstancias de cada momento y provocar así el desarrollo económico, es tan necesaria en el comercio internacional como lo es localmente.

1.2. Comercio entre naciones

El comercio entre naciones, acorde al entendimiento cada vez más distorsionado y en muchos casos conveniente, nace de la idea sobre la necesidad de productos necesarios por determinada región, siendo muchas medidas el valor anti-productivo de las áreas rurales de cada región o país, en base a estos lineamientos el comercio internacional se limitaba a productos exóticos cuya producción no era posible en el propio país. El acceso a estos bienes estaba circunscripto a una minoría privilegiada. (Casadejúz Y Soler, 2015)

En el momento en que se inicia la fabricación a gran escala, los países poderosos establecen mecanismos para preservar la propia economía, alternando posiciones de estremo y cierre a la entrada de productos de fuera en función de sus intereses. Para el proteccionismo, dos de las estrategias más utilizadas fueron las aduanas, que

limitaban la cantidad, y los aranceles, que aumentaban significativamente el precio de los productos extranjeros y dificultaban su movimiento. (García, 2014)

Según muchos de los lineamientos internacionales, fue en 1947 cuando se generó el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés), firmado por unos veinte estados, este orden mundial pretendió en dicho momento crear reglas para el comercio entre sus integrantes con el objetivo de reducir las aduanas y las restricciones a las importaciones. (Casadejúz Y Soler, 2015)

1.3. Mercados en emergencia comercial

Muchas sociedades enredan su ingreso en un mercado procedente al no preparar convenientemente el terreno. Casi todas las empresas realizan sus negocios y obtienen la mayor parte de sus dividendos en el mundo desarrollado, y debido a que los servicios de los mercados originarios son menores en términos absolutos (y tal vez porque no los comprenden tanto) los altos directivos suelen prestarle menor atención a estos últimos. Por otro lado hay muchos CEO que aspiran a convertirse en actores globales de importancia y dominar los mercados emergentes. (Daniel, 2008)

En este punto, Ecuador se encuentra dentro de estos mercados emergentes, los lineamientos estratégicos a encontrar nuevos aliados comerciales, que demanden del producto ecuatoriano, se convierte en un país comercial emergente, el mismo que podría estar cometiendo errores, en cuanto a lograr múltiples acuerdos de lo cual se confía en que el país comience a producir en masa y de forma orgánica, lamentablemente la naturaleza mantiene sus ciclos y los mismos de forma natural (orgánica), en este caso se retrocedería nuevamente como lo fue la anterior década, donde los productos ecuatorianos eran producidos en gran cantidad pero de forma química, lo que afectaba la salud del ser humano en vez de favorecerla y los generar mayor cantidad de dinero.

1.4. Procesos y Acuerdos Comerciales y de integración comercial

En la actualidad se discute si el Ecuador debe perpetuar su sumario de apertura comercial hacia el mundo como un dispositivo de consolidación de desarrollo económico. Sin embargo la grafía que tome esa perforación comercial es aún motivo de debate. Ante esto, el Ecuador tiene varias alternativas, aunque no necesariamente excluyentes entre sí; la primera de ellas es llevar a cabo una reducción unilateral de los aranceles a las importaciones, una segunda alternativa son los acuerdos de libre comercio (ALC) con diferentes países de América.

Ellos conceden libertad a cada país socio para establecer la política comercial que adoptará hacia el resto del mundo. Por último, hay que pensar una unión aduanera y eventualmente mercado común, como por ejemplo el MERCOSUR, en la que los socios internacionales, además de eliminar las barreras al comercio entre ellos, fijan un arancel externo común, para el resto de países. Una rebaja adicional de los aranceles a las transacciones del país apuntan en el sentido de una mayor inserción en la economía mundial en cuanto se abaratan los productos importados y se hacen más seductoras las actividades de exportación, relativas aquellas que sustituyen importaciones, desplazándose recursos en forma conveniente hacia esas actividades.

Existen también en esos mercados innumerables restricciones para-arancelarias bajo pretexto de defensa ambiental, sanitaria, de calidad mínima, etc., que dificultan a veces las importaciones desde Ecuador. Las restricciones al comercio son conmovidas en forma absurda por los gobiernos relativos, susceptibles a las solicitudes de los productores locales, lo cual genera incertidumbre a nuestros exportadores en torno al acceso a esos mercados año a año.

Ninguna de estas restricciones y distorsiones pueden ser atacadas directamente a través de una reducción unilateral de aranceles, sino que sólo pueden ser obtenidas como concesiones a partir de un proceso de negociación multilateral, en el contexto de la OMC, o a partir de procesos de negociación bilateral o intrarregional fuera del marco del OMC. El estancamiento en las discusiones dentro de la OMC ha llevado a cuestionar a este organismo como el mecanismo institucional más adecuado para resolver, los problemas actuales del comercio internacional. Surge entonces como

alternativa la negociación bilateral o intrarregional, lo que fomenta en la creación de bloques económicos regionales.

Ahora bien, para los comerciantes intermediarios tener la propiedad del producto durante el proceso de distribución trae consigo significativas implicaciones de índole legal, ya que cada país hace que este tipo de situaciones se rija por sus códigos, normas y políticas de carácter administrativo y fiscal. Estos comerciantes compran el producto a los fabricantes y los revenden por su cuenta, es decir realizan totalmente un proceso de compra-venta. (ACOSTA Et al, 2010).

Los agentes intermediarios, como su nombre bien lo indica, únicamente sirven de enlace entre productores comerciantes y los posibles compradores, labor que hace por mandato y a través de comisiones por sus servicios que van en proporción al monto total de las operaciones de negocio que concretan. A diferencia de los comerciantes intermediarios, aquí las implicaciones legales que presenta cada mercado objetivo quedan a cargo del vendedor. (CHAID, 2012).

1.5. Antecedentes de la negociación del acuerdo UE-Ecuador.

El Ecuador, al igual que los demás países miembros de la Comunidad Andina, venía propugnando desde los años 90 la necesidad de estrechar y robustecer sus relaciones con la Unión Europea, tanto más cuanto que América Latina en su conjunto no estaba precisamente dentro de las prioridades del bloque europeo, que se ocupaba, más bien, de su reto permanente de ampliación a nuevos miembros; a la política de vecindad, que contribuye a centrar la atención de la UE en los países más próximos geográficamente; a la política de seguridad de la agenda internacional, sobre todo tras los atentados del 11-S; y también al nuevo consenso internacional alrededor de la Declaración del Milenio, que sitúa a los países más pobres de África y Asia como prioridades de la cooperación europea para el desarrollo.

Han transcurrido, pues, más de seis años desde el inicio de las negociaciones que conducirían al Ecuador a suscribir un Acuerdo Comercial con la Unión Europea y, hasta octubre del 2015, tal posibilidad continúa siendo incierta. Los países

centroamericanos, Colombia y Perú, cerraron ya sus respectivos procesos y se encuentran en espera de que se cumplan las formalidades necesarias para la suscripción y entrada en vigor de los acuerdos.

¿A qué se debe la demora del Ecuador en concretar un instrumento internacional que sería a todas luces beneficioso? (Mentor, 2011)

En primer lugar, hay que reconocer que no todos consideran que un acuerdo comercial, especialmente entre partes de diferente grado de desarrollo y tamaño de sus economías, puede ser beneficioso para la parte menos desarrollada y más pequeña. “No es sólo que en el establecimiento y ejecución de (estos) acuerdos se han dado, inevitablemente, sectores ganadores y perdedores al interior de una de las partes participantes mientras se mantiene un saldo neto positivo; sino que existen crecientes indicios de que dichos acuerdos, haciendo un balance de perjuicios y beneficios, resultarían netamente negativos para alguna de las partes, con una pesada carga social y económica generada no a pesar, sino, precisamente, a partir de la aplicación de un proceso de integración comercial deficientemente diseñado”. (Armando, 2009)

1.6. Revisión de los aspectos legales generados en el acuerdo comercial firmado el 11 de noviembre del 2016.

En el marco comercial de aranceles de los productos ecuatorianos exportados al mercado Europeo, mariscos como la concha, y otros crustáceos generan entre el 8 y el 12% de aranceles, atún azul con el 16%, salmón del pacífico con el 2%, pescado fresco con el 8% y otros peces entre el 8 y 16%, ajíes entre el 8 y 16% de aranceles, y resumiendo la larga lista, las frutas como la pitahaya mantiene cero arancel de entrada al mercado europeo. (Anexo 1)

En base a estos parámetros los acuerdos legales se detallan a continuación, donde se consideran los mejores parámetros del cual se logró la firma del acuerdo comercial en análisis.

En este punto, el **Art.9.-** Del acuerdo basado en ámbito geográfico de aplicación, indica que:

1. El presente Acuerdo se aplicará por un lado, a los territorios en los que es aplicable el Tratado de la Unión Europea y el Tratado de funcionamiento de la Unión Europea y en las condiciones provistas por dichos Tratados, y por el otro, a los territorios de Colombia, Perú y Ecuador, respectivamente

2. **Art. 12. Comité de Comercio.-** El comité de comercio se reunirá de manera rotativa en Bogotá, Bruselas, Lima y Quito, a menos que las Partes acuerden algo distinto. El Comité de Comercio será presidido por cada Parte durante un año, de manera rotativa.

3. **Art. 13.-** El comité de comercio podrá examinar el impacto de este Acuerdo sobre las micro, pequeñas y medianas empresas (en adelante Mipymes) de las partes, incluyendo cualquier beneficio resultante del mismo.

a. **Para el caso de Ecuador el Comité también podrá examinar el impacto sobre las Asociaciones de la Económica Popular y Solidaria (AEPYS)**

4. **Art. 48.-** No obstante lo dispuesto en la Sección 2 (Medidas de Salvaguardia Multilateral), si como resultado de las concesiones en virtud del presente Acuerdo, las importaciones de un producto originario de una de las Partes al territorio de otra Parte han aumentado en tal cantidad, en términos absolutos o en relación con la producción nacional, y se realizan en condiciones tales que causan o amenazan causar daño grave a los productores nacionales de productos similares o directamente competidores, la Parte importadora podrá adoptar las medidas apropiadas en las condiciones y de conformidad con los procedimientos establecidos en la presente Sección. (NOTA AL PIE DE ECUADOR)¹

1: A efectos de la aplicación de este artículo, para Ecuador los términos amenaza de daño grave y daño grave se entenderán también como amenaza de daño grave y daño grave en una industria naciente.

5. Art. 54 (NOTA AL PIE DE ECUADOR)

Compensación

Una Parte que pretenda prorrogar una medida de salvaguardia bilateral consultará con la Parte cuyos productos son objeto de la medida con el fin de acordar mutuamente una compensación adecuada en la forma de concesiones que tengan un efecto comercial sustancialmente equivalentes. La Parte importadora proporcionará una oportunidad para tales consultas a más tardar 30 días antes de la prórroga de la medida de salvaguardia bilateral.

Si las consultas en virtud del párrafo 1 no resultan en un acuerdo sobre la compensación dentro de los 30 días a partir de la oferta para realizar consultas, y la Parte importadora decide prorrogar la medida de salvaguardia, la Parte cuyos productos son objeto de la medida de salvaguardia podrá suspender la aplicación de concesiones sustancialmente equivalentes al comercio de la Parte que prorroga la medida.

Para Ecuador las disposiciones del párrafo 2 aplican si las medidas en vigor superan los 3 años.

6. Art. 57.- Autoridad competente

Para los efectos de esta Sección, «autoridad competente» significa:

(a) con respecto a Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o su sucesor;

(b) con respecto a Perú, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, o su sucesor;

(c) respecto a Ecuador, el Ministerio de Comercio Exterior, o su sucesor; y

(d) respecto a la Parte UE, la Comisión Europea.

7. Art. 70.- Implementación

1. Las disposiciones del artículo 59, subpárrafo 2(f), y del artículo 60 se aplicarán a Perú dos años después de la entrada en vigor de este Acuerdo.

2. Las disposiciones del artículo 60 (Resoluciones anticipadas), con la excepción de resoluciones anticipadas sobre clasificación arancelaria, y del artículo 62 (Operador económico autorizado) se aplicarán a Ecuador dos años después de la entrada en vigor de este Acuerdo.

8. Art.- 113 Trato nacional

○ En los sectores para los cuales Ecuador ha listado compromisos de acceso a los mercados en el Anexo VII (Listas de compromisos sobre establecimiento), y con las condiciones y salvedades establecidas en el mismo, Ecuador otorgará a los establecimientos e inversionistas de la Parte UE, respecto a todas las medidas que afectan al establecimiento, un trato no menos favorable que el que otorgue a sus propios establecimientos e inversionistas similares.

9. Art 120.- Trato nacional

○ En los sectores para los que Ecuador ha listado compromisos de acceso a los mercados en el Anexo VIII (Listas de compromisos sobre suministro transfronterizo de servicios), y con las condiciones y salvedades establecidas en el mismo, Ecuador otorgará a los servicios y proveedores de servicios de la UE, respecto a todas las medidas que afecten el suministro transfronterizo de servicios, un trato no menos favorable que el que otorgue a sus propios servicios y proveedores de servicios similares.

10. Art. 124.- Personal clave y practicantes con grado universitario

- Para cada sector respecto del cual una Parte haya asumido compromisos de acuerdo con el Capítulo 2 (Establecimiento) del presente Título, y sujeto a toda reserva listada en el Anexo VII (Lista de compromisos sobre establecimiento) o en el Apéndice 1 del Anexo IX (Reservas sobre presencia temporal de personas

físicas con fines de negocios), dicha Parte permitirá a los inversionistas de otra Parte que contraten en su establecimiento a personas físicas de esa otra Parte, siempre que dichos empleados sean personal clave o practicantes con grado universitario según está definido en el artículo 123.

- La entrada y estancia temporal del personal clave y de los practicantes con grado universitario será por un período de hasta tres años NOTA AL PIE DE ECUADOR¹ para las personas trasladadas entre empresas, 90 días en cualquier período de 12 meses para los visitantes de negocios y un año para los practicantes con grado universitario.

- Para Colombia y Ecuador, el período máximo de estancia para las personas transferidas es de dos años, renovables por un año adicional. Para Perú, el contrato de trabajo puede ser hasta por tres años. Sin embargo, el período de permanencia para las personas transferidas es de hasta un año, renovable, siempre que se mantengan las condiciones que motivaron su otorgamiento.

11. Art. 126.- Proveedores de servicios contractuales

- Ecuador y la Parte UE permitirán el suministro de servicios en su territorio mediante la presencia de personas físicas, por proveedores de servicios contractuales de la Parte UE y Ecuador respectivamente, en las condiciones que se especifican en el párrafo 4 y en el Apéndice 2 del Anexo IX (Reservas sobre presencia temporal de personas físicas con fines de negocios) para cada uno de los sectores siguientes:

a) servicios de asesoría jurídica en materia de Derecho Internacional Público y Derecho extranjero (en el caso de la Parte UE, el Derecho de la Unión Europea (en adelante, el «Derecho de la UE») no se considerará como Derecho Internacional Público o Derecho extranjero).

b) Servicios de contabilidad, y teneduría de libros.

c) Servicios de arquitectura.

d) Servicios de planificación urbana y de arquitectura paisajística.

e) Servicios de ingeniería.

f) Servicios integrados de ingeniería.

g) Servicios médicos (incluye psicólogos) y dentales.

- h) Servicios veterinarios.
Servicios de informática y servicios conexos.
- j) Servicios de investigación de mercados y realización de encuestas de la opinión pública.
- k) Servicios de consultoría en administración.
- l) Servicios relacionados con la consultoría en administración.
- m) Servicios de diseño.
- n) Servicios en ingeniería química, farmacéutica, fotoquímica.
- o) Servicios en tecnología cosmética.
- p) Servicios especializados en tecnología, ingeniería, mercadeo y ventas para el sector automotriz.
- q) Servicios de diseño comercial y mercadeo para la industria textil, de la confección, del calzado y de sus manufacturas; y
- r) Mantenimiento y reparación de equipos, incluidos los equipos de transporte, especialmente en el contexto de un contrato de servicios de posventa o de post arrendamiento.

12. Art. 127.- Profesionales independientes

Ecuador y la Parte UE permitirán el suministro de servicios en sus territorios por profesionales independientes de la Parte UE y Ecuador respectivamente, mediante la presencia de personas físicas, en las condiciones que se especifican en el párrafo 4 y en el Apéndice 2 del Anexo IX (Reservas sobre presencia temporal de personas físicas con fines de negocios) para cada uno de los sectores siguientes:

- a) Servicios de asesoría jurídica en materia de Derecho Internacional Público y Derecho extranjero (en el caso de la Parte UE, el Derecho de la Unión Europea (en adelante, el «Derecho de la UE») no se considerará como Derecho Internacional Público o Derecho extranjero).
- b) Servicios de arquitectura.
- c) Servicios de ingeniería.
- d) Servicios integrados de ingeniería.
- e) Servicios de informática y servicios conexos.

- f) Servicios de investigación de mercados y realización de encuestas de la opinión pública.
- g) Servicios de consultoría en administración.
- h) Servicios relacionados con la consultoría en administración, y
- i) Servicios especializados en tecnología, ingeniería, mercadeo y ventas para el sector automotriz.

13. Art 142.- NOTA AL PIE DE ECUADOR. Obligaciones adicionales de los proveedores importantes

1. Las disposiciones de este artículo no forman parte de los compromisos asumidos entre Perú y la Parte UE en virtud de este Acuerdo, sin perjuicio de la legislación nacional de cada Parte. Para Colombia y Ecuador, por un lado, y la Parte UE, por el otro, las obligaciones de este artículo sólo cubren los servicios de telecomunicaciones que involucren la transmisión en tiempo real de la información suministrada por el usuario entre dos o más puntos sin ningún cambio de punto a punto en la forma o contenido de la información del usuario.

14. Art. 154.- Excepción cautelar

1. No obstante las demás disposiciones de este Título o del Título V (Pagos corrientes y movimiento de capitales), una Parte podrá adoptar o mantener medidas por motivos prudenciales **NOTA AL PIE DE ECUADOR**¹, tales como:

- a. Se entiende que el término "motivos cautelares" podrá incluir el mantenimiento de la seguridad, solidez, integridad o responsabilidad financiera de cada proveedor de servicios financieros

15. Art. 170.- Medidas de salvaguardia

- o Para Ecuador, cuando en circunstancias excepcionales, los pagos y movimientos de capital, causen o amenacen causar serias dificultades en la liquidez de la economía ecuatoriana, Ecuador podrá

adoptar medidas de salvaguardia con respecto a los movimientos de capital, por un período que no exceda un año. Estas medidas de salvaguardia podrán mantenerse más allá de dicho plazo por razones justificadas, cuando ello sea necesario para superar las circunstancias excepcionales que llevaron a su aplicación. En este caso, Ecuador deberá presentar anticipadamente a las otras Partes las razones que justifican su mantenimiento.

SECCIÓN 7 – VARIEDADES VEGETALES

16. Art. 232

- Las Partes cooperarán para promover y garantizar la protección de las variedades vegetales sobre la base de la Convención Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (en adelante «UPOV»), revisada el 19 de marzo de 1991 (NOTA AL PIE ECUADOR), incluida la posibilidad de excepción al derecho de obtentor a que se refiere en el artículo 15(2) de dicha Convención

- Al momento de la firma del Acuerdo para Ecuador rige el Convenio Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales de 2 de diciembre 1961 revisado el 23 de octubre de 1978.

1.6.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de la Investigación

Según lo mencionado por Hurtado y Toro (2011, pág. 99) “El diseño de la investigación descansa en el principio de la elaboración de un plan que tiene que ser seguido para dar respuestas a interrogantes formuladas; cabe mencionar que el investigador elaborará su diseño ajustándose a la necesidad de la investigación.”

Al momento de elaborar el diseño de la investigación es de gran importancia que se tome en cuenta los recursos con los que cuenta y la disponibilidad de tiempo que se tiene para el desarrollo del estudio, teniendo presente dichos aspectos a continuación se expone el tratamiento del diseño efectuado para el desarrollo de la investigación:

- Clarificar el motivo por el que se desarrolla la presente investigación, siendo este un problema existente o algún argumento en especial que se pretende estudiar.
- Definir los tipos de investigación para el desarrollo de la investigación.
- Puntualizar el instrumento que se utilizará para la obtención de la información.

2.2. Tipos de Investigación

Investigación cualitativa

Esta investigación se realizó de acuerdo con el enfoque cualitativo que se utiliza para interpretar y analizar los resultados de la información sobre el problema actual.

Este análisis se enmarca en una investigación factible, que mostrará un enfoque que se encarga de los requisitos particulares de acuerdo a las características del estudio y de esta manera, delimita una solución que puede aplicarse (Fernandez, 2014).

Investigación descriptiva

Según lo establecido por Merino (2013, pág. 79) “La investigación descriptiva lo que busca, como su nombre lo manifiesta, es describir los acontecimientos que se

pueden evidenciar en un momento dado siendo estos el nivel del público objetivo al adquirir o consumir algún producto, ciertas características de los individuos que hacen uso de un servicio en particular, etc.”

Al tratarse la investigación de estudios con un alto nivel de formalidad y estructura se desarrollará una investigación descriptiva puesto que pretende conocer las características, aspectos y actividades fundamentales en la actividad comercial del producto de pitahaya en cuanto al comercio internacional del producto del cual permitirá el desarrollo sostenible y sustentable del productor agrícola y se cumplirá con el cliente a nivel internacional en solicitud de la fruta, para este fin se generan resultados obtenidos.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1. Análisis de la situación actual del acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador y el beneficio de la fruta de Pitahaya

3.1.1. Síntesis del comercio internacional para el comercio de productos no tradicionales ecuatorianos

Es conocido que la historia comercial de productos agrícolas en el país, ha tomado diferentes denominaciones, de acuerdo al producto que preponderantemente se vendía. De allí que es posible dividir a nuestras exportaciones en etapas así “la era del cacao”, “la era del café”, “la era del banano”, “la era del petróleo”, y haciendo un análisis futurista, parece que se avecina la “era de los minerales”.

Aunque el petróleo dejó en un segundo plano las exportaciones agrícolas es evidente que en los últimos tiempos, se ha observado un notable repunte de las exportaciones agrícolas que han venido recobrando importancia y se han ido incrementando paulatinamente.

Existen varias razones, para que en la actualidad seamos testigos de un resurgimiento de las exportaciones agrícolas, entre las que se puede anotar: las políticas estatales que se han encaminado a apoyar el sector agrícola, la tecnificación e investigación que alienta el fomento de la producción, las políticas de precios reales, la eliminación de aranceles y la creación de subsidios para ciertos sectores, los tratados comerciales, la integración, entre los principales, se constituyen en las razones por las que hoy vivamos una época de auge en las exportaciones agrícolas especialmente, pero por sobre todo el apareamiento de nuevos mercados, en Europa, en Asia y en la misma América. Los factores descritos anteriormente han hecho que en los últimos años la economía ecuatoriana, haya tenido notables incrementos derivada de la exportación de productos agrícolas.

3.1.2. Las empresas como actores primordiales del transcurso de internacionalización bajo el acuerdo firmado

La Administración de una empresa debería generar mejoras en el campo comercial y esta no debería indicar a sus colaboradores lo que deben de hacer, aunque sí puede aportar mucho mediante un alto grado de estabilidad macroeconómica, acceso a una financiación adecuada y en las mismas condiciones que empresas competidoras de otros países, bajos impuestos, capacitación, mayor información, mejoras de las infraestructuras, acuerdos de libre comercio, liberalización de mercados o apoyo a la innovación tecnológica acorde al sistema de negociación entre partes.

En este punto, todos estos aspectos cobran mayor sentido en un momento como el actual, de fuerte crisis económica y en el que las restricciones presupuestarias obligan a revisar los criterios de eficiencia y eficacia de las diferentes políticas, incluida la de internacionalización bajo todos sus acuerdos comerciales.

La internacionalización de pitahaya, está desistiendo de ser una iniciativa, una postura de las sociedades más inquietas en épocas de claridad, para cambiar en una disposición transcendental de industrias. Su importancia se hace especialmente evidente en momentos de crisis como el actual, en los que la presencia en nuevos mercados ayuda a diversificar riesgos, generar oportunidades de negocio en países con mayor crecimiento y preparar mejor a las empresas para el momento de la recuperación económica. (CEIM, 2011).

3.1.3. Análisis de la situación de comercio exterior del Ecuador

El grado de atención que conlleva a verificar cual es la verdadera acción del consumidor de productos no tradicionales de origen orgánico es por factores nutricionales como la pitahaya, de los cuales estos productos son en la actualidad, requeridos en mayor proporción por las empresas exportadoras, la situación actual del comercio exterior del país, contempla el verificar como se están estableciendo

sistemas de negociación y como estos están beneficiando al canal comercial en la Unión Europea. (ALOP et al, 2011).

En base a los antes mencionado las exportaciones totales del último quinquenio, ha tenido altos y bajos, de los cuales para el 2010, las exportaciones se mantuvieron en 5.712 miles USD FOB, mientras que para el 2011, se cerraron en 7.175 miles USD FOB, el 2012 continuo centrado la atención de crecimiento de exportaciones, cerrando este año en 8.275 miles USD FOB, para el 2013, la situación comenzó a bajar, el cierre de este año fue de 8.119 miles USD FOB, pero obtuvo una recuperación sustancial para el 2014, donde este año cerro con un total de 8.519 miles USD FOB, pero para el 2015 este tuvo una baja considerable de lo cual este año cerro sus exportaciones total en 6.423 miles USD FOB. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016).

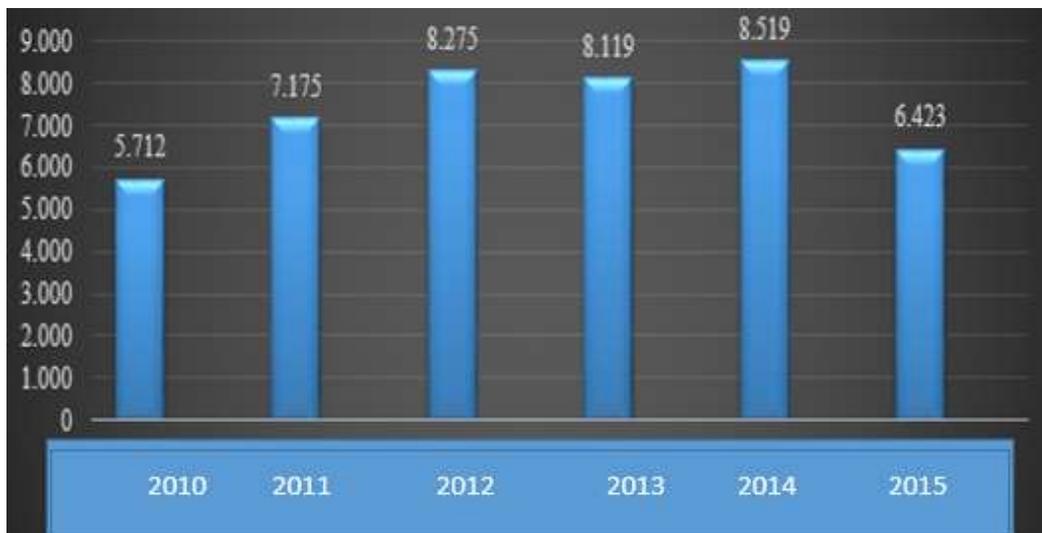


Figura 1. Evolución exportaciones totales miles USD FOB Banco Central del Ecuador. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016).

En el caso de la evolución de exportaciones total de los productos en mención, se prevé que para el año del 2016, este crezca por la promoción de estos productos al mundo.

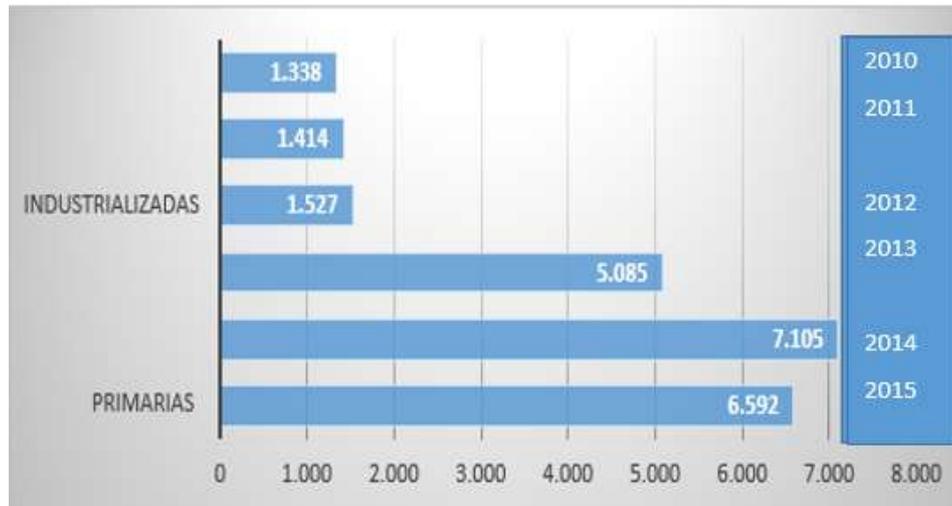


Figura 2. Exportaciones primarias e industrializadas miles USD FOB: Banco Central del Ecuador. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016)

En el campo de exportaciones del producto en estudio en el año de 2015 creció considerablemente en 24% en base al sistema comparativo al 2014.

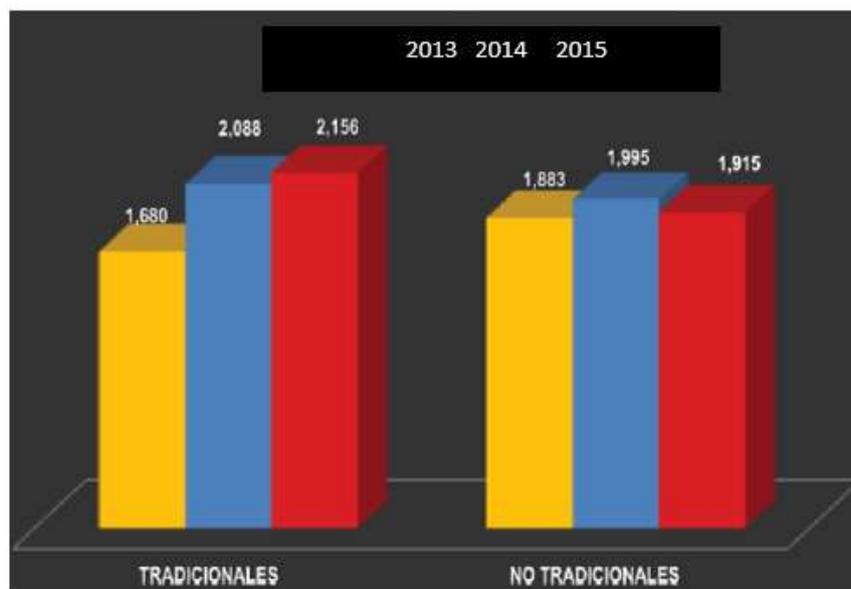


Figura 3. Exportaciones no petroleras: Tradicionales y no Tradicionales- Miles USD FOB: Banco Central del Ecuador. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016)

La exportación de estos productos, denominados como primarios, mismos que durante el primer trimestre del 2015, bajo su crecimiento en un 6.88% en comparación con el 2014, mientras que las exportaciones de estos productos ya manufacturados decreció en un 1.88%. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016),

3.2. Situación comercial de productos del agro ecuatoriano

El sistema estratégico de toma de decisiones en el campo de comercialización de pitahaya, conllevan a preocuparse por el stock del producto, el centro de acopio, manipulación del producto, traslado, empaque y distribución para su exportación, donde se deben especificar los lineamientos estratégicos basados en los aspectos contractuales que generen beneficios a la internacionalización de estos productos. (NAVARRO, 2012).

Esta actividad representa un gran porcentaje de la población económicamente activa del país ya que de una u otra forma combate directamente a la disminución de la tasa de desempleo, ya que debido a las nuevas facilidades y oportunidades que tiene el agricultor ecuatoriano son cada vez más frecuentes la cantidad de personas que empiezan a desarrollar esta actividad e, incluso se incentiva de diversa forma a que la población que a causa de la falta de poco desarrollo que presentaba el sector se vio obligada a abandonar esta actividad retome el desarrollo de la misma mediante el programa de cambio y diversificación de la matriz productiva.

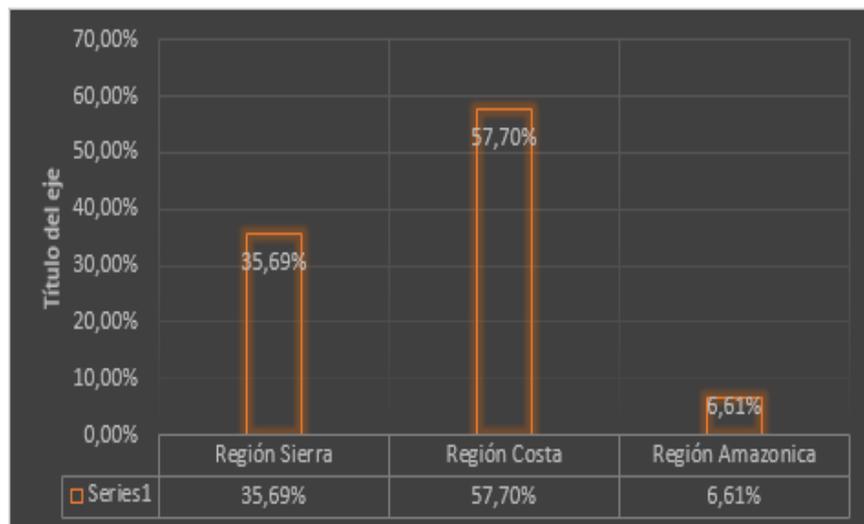


Figura 4. **Porcentaje de Población Dedicada a la Agricultura** Banco Central del Ecuador.

3.3. Partida Arancelaria de Pitahaya, Producción y exportación al mundo

La Pitahaya, fruta exótica que cada año se torna como un negocio sustentable acorde a su producción en Ecuador, ha solucionado muchos problemas financieros para el agro ecuatoriano, siendo su venta atractiva para el mercado extranjero y para la gran cadena de comercios privados con atención pública en el territorio nacional.

Acorde a la taxonomía de la fruta pitahaya, esta pertenece al género *Hylocereus* familia Cactácea. Las especies pertenecientes al género *Hylocereus* son plantas trepadoras con raíces aéreas que producen fruto glabro con largas brácteas. Estas especies son diploides ($2n=22$). Las cactáceas comprenden 120 a 200 géneros, donde 1500 a 2000 especies se encuentran en condiciones semidesérticas y regiones tropicales cálidas de Latinoamérica. Las cactáceas son apreciadas principalmente por sus cualidades ornamentales, pero también existen aproximadamente 250 especies que son cultivadas como frutales y cultivos industriales. Sin embargo, pocas especies son de importancia económica. (INIAP, 2013).

Acorde a la morfología, la pitahaya es una planta trepadora que posee un sistema radicular superficial, alcanzando hasta 15 cm de profundidad del suelo. El crecimiento de las raíces es paralelo a la superficie del suelo. Además, desarrolla raíces adventicias a partir de los tallos, las que le permiten adherirse, trepar y mantener la planta erguida. (OIRSA, 2001). Pocos estudios han sido publicados sobre la biología floral de *H. undatus* y *H. costaricensis*, las 2 especies de pitahayas más ampliamente cultivadas en el mundo. Las flores de estas dos especies aparecen bajo las areolas, son largas (hasta 30 cm) en forma de embudo y nocturnas. El fruto es mediano a largo, es una baya epigea de forma oblonga, la baya se distingue por su piel roja con largas brácteas. La pulpa del fruto puede ser blanca, roja o amarilla y su contenido de jugo depende de las variedades y/o especies. Al pick de la madurez los frutos se vuelven rojo-rosados, aunque las brácteas permanecen verdes.

La pitahaya es una fruta muy cotizada a nivel mundial especialmente en las regiones de Países Bajos como Holanda, seguido por Alemania, España, Francia,

Austria, Colombia, Hungría, Italia, Polonia, Dinamarca, Bélgica. Según partida 0810.90.

3.4. Sistema Comercial de exportación a la UE

Según un informe publicado en el portal de la Delegación de la Unión Europea para Ecuador, muestra que en el 2012 las exportaciones fueron en su mayoría productos primarios provenientes del sector agrícola entre los cuales se pueden encontrar los jugos de frutas tropicales, atunes en conserva, extractos de café, palmito, también destacan los derivados de la minería, entre otros. Sus principales destinos fueron países como Alemania, Italia, Bélgica, Francia, Reino Unido y Países Bajos.

Cabe recalcar que las exportaciones que efectúa Ecuador solo representaron un 0.1% de los intercambios comerciales de la Unión Europea, pero cabe destacar que entre los períodos del 2012-2016 ha cursado un aumento de incluso mil millones con un crecimiento en la demanda del 64% destacándose productos como las aceitosas vegetales y frutas exóticas.

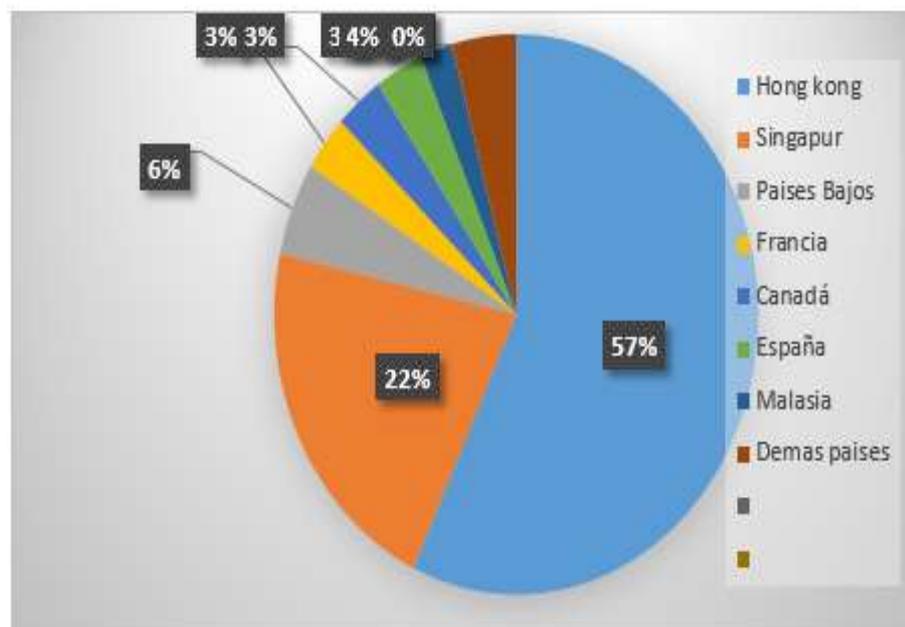


Figura 5. Países destinos de las exportaciones ecuatorianas de Pitahaya FOB 2015. Dirección de Inteligencia Comercial E inversiones: Pro Ecuador, 2016

En base a la compra de la fruta España, Países Bajos, como países de la Unión Europea, fueron los mayores compradores de la fruta para el año 2015, del cual los demás países requieren de la fruta en menor cantidad. Pero para el año 2016 además de países Europeos, también ciertos países asiáticos que son considerados productores de pitahaya, requieren del producto ecuatoriano por su sabor, frescura y calidad de la fruta. En este año se registró exportaciones de pitahaya con la participación de 4 empresas ecuatorianas, que se han permitido crecer en el comercio internacional de productos no tradicionales, entre las principales resaltan.

Tabla 1 Número y tamaño de las compañías del producto de Pitahaya

Empresa	Número de Empleados	Categoría
MM&Company Exportadores S.A.	50 a 149	Mediana
SBO Cia LTDA	10 a 49	Pequeña
Produtankay Cia. Ltda	10 a 49	Pequeña
López Gómez Diamiann Gustavo	1 a 9	Microempresa

Nota: CRM-Pro Ecuador, 2017

SBD CIA.LTDA.: Realizó sus primeras exportaciones de pitahaya ecuatoriana en el año 2015, a los siguientes países: Singapur, Hong Kong, Países Bajos, Canadá.

MM&COMPANY EXPORTADORES S.A.: Realizó sus primeras exportaciones en el año 2015, a los siguientes países: Hong Kong, Indonesia, Singapur, Malasia, Canadá.

PRODUTANKAY CIA. LTDA.: Realizó sus primeras exportaciones en el año 2015, a los siguientes países: Reino Unido, Alemania.

LOPEZ GOMEZ DAMIANN GUSTAVO: Realizó sus primera exportación en el año 2015, hacia el mercado de Canadá.

Tabla 2 Principales destinos de exportación del Ecuador de la fruta de pitahaya, con partida arancelaria 0810.90.

Subpartida	Descripción	País	Toneladas	FOB	%
NANDINA	NANDINA			Miles USD	Total FOB- Dólar
0810.90.40	Pitahaya (Cereus SPP)	Singapur	56.35	575.28	9.84
		Francia	103.75	399.42	6.00
		Países Bajos	39.06	244.61	3.00
		España	45.35	221.41	2.52
		Hong Kong	11.15	84.67	0.93
		Indonesia	9.02	69.94	0.83
		Canadá	8.49	39.59	0.82
		Alemania	6.75	19.92	0.36
		Suiza	3.56	10.73	0.16
		China	2.34	7.46	0.14

Nota: BCE (Banco Central del Ecuador), 2015

Actualmente el Ecuador se posicionó entre los 10 primeros proveedores de Europa a nivel latinoamericano gracias los acuerdos comerciales que ha alcanzado con este continente fomentando cada vez más al emprendimiento en la rama de la exportación. (Delegación de la Unión Europea para el Ecuador, 2015)

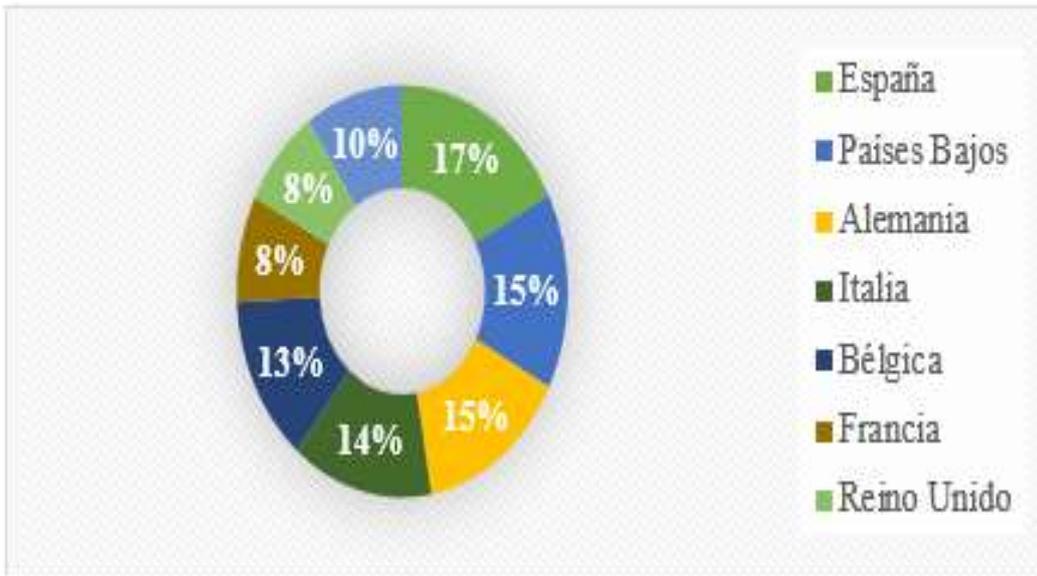


Figura 6. **Mayores importadores Europeos desde Ecuador.** (Delegación de la Unión Europea para el Ecuador, 2015)

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Antecedentes

El 17 de Noviembre, en el portal del Ministerio de Comercio de la República del Ecuador, se publican los acuerdos ya aprobados y firmados por la UE y Ecuador, tras años de negociación generados bajo los registros Nro. 807 y 808 se publicó el Protocolo de Adhesión del Ecuador al Acuerdo comercial con la UE y sus países miembros.

En la actualidad los 28 países del acuerdo comercial de La Unión Europea, la residencia de extranjeros ha crecido aproximadamente en un 2.8% de los 70 millones de residentes extranjeros en 2016, del cual se han generado expansiones y adjudicaciones de nuevos lineamientos alimenticios, donde los productos no tradicionales y alguna parte de los tradicionales, está generando gusto por el consumidor europeo, en especial por el ciudadano entre varón y mujer a partir de los 40 años, consumidores que en el tiempo actual son los mayores compradores de productos orgánicos en los principales supermercados y tiendas de los países europeos (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2016).

Según el informe de actividades comerciales de Ecuador hacia Europa, las principales frutas de consumo por estos ciudadanos se generan en el Banano, Piña, Mango, Pitahaya y Uvilla, como principales frutos consumidos en la dieta diaria del ciudadano europeo. De lo cual, la pitahaya y la uvilla en los últimos cinco años han logrado hacer parte del mercado de frutas de Europa, del cual al no haber un acuerdo comercial firmado, solo Alemania y Rusia podían comercializar la fruta de pitahaya y el resto de países europeos consumían la fruta importada de estos dos países y los llegados de Varios países de Asia (Buitron, 2016).

El sabor, color, textura y aroma de la pitahaya ecuatoriana, ha derrumbado el múltiple y cercano mercado productor-comerciante de pitahaya asiática y de la producida en Colombia y Perú, del cual bajo el acuerdo ya firmado en el 2016

Noviembre 11, se estima que la producción de fruta ecuatoriana que se limitaba a unos cuantos países en su consumo, podrá ahora a generarse en 28 países y expandirse de forma normal, del cual la producción ecuatoriana de la fruta podrá expandirse mucho más y beneficiar a miles de productores en las regiones de mayor producción a nivel nacional.

Acorde a PROECUADOR la pitahaya es un producto de consumo internacional de buena aceptación por tal razón y bajo la tarifa 0 aranceles el sistema de comercialización es óptimo en los últimos cinco años, lo que beneficia al productor rural de esta fruta, que en épocas anteriores sobrevivían con poco, pero en la actualidad ellos bajo capacitaciones a cargo de los entes de Estado están en pro de convertirse en exportadores de fruta de pitahaya como producto no tradicional al mercado Europeo (PROECUADOR, 2015).

4.2. Fases de la Propuesta

4.2.1. Descripción

La propuesta se divide en cinco partes de suma importancia:

1. Revisión de los aspectos legales generados en el acuerdo comercial firmado el 11 de noviembre del 2016.
2. Verificación de stock de producción de fruta actual.
3. Control y Capacitación.
4. Oficinas y sistema integral de negociación y exportación de la fruta al mercado Europeo.
5. Forma en la que se aplica estrategias de comercialización de la fruta en su debido empaque para su comercialización al mercado extendido de Europa.

4.2.2. Verificación de stock de producción de fruta actual.

La actualidad la producción de pitahaya se ha logrado sostener, siendo el principal stock de fruta que cubre la demanda actual sin complicaciones de la exportación de

esta fruta está creciendo progresivamente en mercados como Europa, China y Estados Unidos. Los dos últimos siguen consolidándose como los principales importadores de la pitahaya y es el país asiático el que lidera las importaciones. El consumidor chino prefiere las variedades grandes y con sabor muy dulce, es por este motivo por lo que el 90% de nuestras exportaciones van a este destino. Estados Unidos y Europa, a diferencia, prefieren las variedades más pequeñas, por lo que la pitahaya proveniente de otros países es más adecuada para este mercado (ACOSTA Et al, 2010).

En base a estos parámetros, hasta el 2014 se producían un total nacional de 7 a 9 toneladas de fruta trimestral, en el año 2015 este supera su producción generándose en 6 toneladas de fruta mensual, siendo el recurrente a pesar de la afectación pluvial de ciertos sectores de Ecuador, se produjo fácilmente la producción de fruta de pitahaya en un equivalente regula de 14 a 19 toneladas mensuales, siendo las importaciones de la fruta a través de Estados Unidos en un promedio de 3 toneladas por mes y Asia en un total de 5 toneladas mensuales, como los mayores consumidores de la fruta en el 2016 (PROECUADOR, 2015).

Europa con países como Alemania y Rusia ellos llegaron a importar la fruta en un máximo de 2.8 toneladas, generando un saldo restante para los diferentes comercios a nivel nacional, Canadá se suma a esta situación comercial con el 0,8% de exportación de fruta de manera trimestral. La producción total de Ecuador mensualmente se estipula hasta octubre del 2016, en 19 toneladas mensuales de Pitahaya amarilla y de la fruta Dragón o pitahaya rosada, un total de 9 toneladas, de lo cual se considera que la fruta es suficiente en la actualidad para cubrir el mercado Europeo en sus 28 regiones, de esta forma se establecerían más sectores en unión a la producción total del país, generando mayor cantidad de trabajo para el agricultor y ciudadano rural y por ende más plazas laborales en el área urbana (PROECUADOR, 2015).

4.2.3. Control y Capacitación

En este punto para poder comercializar esta fruta de forma interna y externa, PROECUADOR por medio de los Programas de Capacitación que conlleva el

MAGAP, incita a que los pequeños productores una vez legalizada su situación y estos conformen una asociación de pequeños productores, puedan emitir solicitudes múltiples de capacitación continua en temas tales como:

- Control Fitosanitario orgánico de la producción de Pitahaya.
- Manejo y acopio de la fruta que mejore sus condiciones de vida útil de acorde a cada fecha de cosecha.
- Manejo y control de procesos administrativos-financieros para optimizar y disminuir los recursos requeridos por mantenimiento de los sembríos de la fruta en las localidades en estudio.
- Manejo y control de los procesos financieros en aporte al tributo nacional.
- Control y regulación de acorde a las leyes vigentes en base de lograr el trabajo digno profesado por el Estado Ecuatoriano a todo el territorio nacional.

Dentro de la programación continua del MAGAP al territorio en general, este organismo del Estado ecuatoriano, está rigiendo varios de sus proyectos a las normas ISO 9000, ISO 14000 y Gestión Ambiental, siendo estas utilizadas por más de 160 países, los mismos que se han beneficiado de sus enseñanzas para satisfacer las necesidades y expectativas con grado de rigurosidad de los clientes. (ISO, 2013)

Para poder cubrir la demanda actual que se genera y se generará en su crecimiento al acuerdo comercial entre Ecuador y la unión Europea, la correspondiente participación de AGROCALIDAD, organismos que junto a la FAO podrán establecer las garantías alimentarias para el consumidor Europeo de la fruta y otros productos ecuatorianos, requeridos en la actualidad por el mercado antes en mención.

4.2.4. Oficinas y sistema integral de negociación y exportación de la fruta al mercado Europeo

Se considera que el mercado Europeo, dentro de los 28 países miembros, estos consideran un total de 515.05 millones de habitantes hasta julio del 2016, generando un PIB de USD 16.27 billones, PIB Per Cápita USD 37.800, Nivel de desempleo de 9.5% e inflación de 0.1%



Figura 7. Oficinas en el mundo de Pro ecuador, 2016

En la actualidad tanto en España, Holanda, Italia, Alemania, Francia, Bélgica, Ecuador mantiene lineamientos triangulares de negociación con los países Europeos, del cual hasta julio del 2017 se extenderán las oficinas, para mejor procesos de negociación comercial.

Entre los principales puerto donde el producto Ecuatoriano, este se genera en 8 puertos estratégicos para el sistema comercial con la Unión Europea.



Figura 8 Tiempo de Llegada según Pro ecuador, 2016

4.2.5. Forma en la que se aplica estrategias de comercialización de la fruta en su debido empaque para su comercialización al mercado extendido de Europa

Se consideran los siguientes aspectos para la aplicación de estrategias comerciales de la fruta de pitahaya al mercado Europeo.

La Reducción de Costos Operativos:

Esta condición está relacionada con la diferenciación de los costos y gastos asociados con la producción, distribución y comercialización de un artículo hacia un mercado extranjero. La reducción de costos al producir en un país extranjero en función del valor de la mano de obra, transportes, la eliminación de aranceles, o la posibilidad de alcanzar ambientes para economías de escala; son aspectos más que determinantes al momento de tomar la decisión de internacionalizar el producto y a su vez la compañía

El aprovechamiento de las Ventajas Competitivas:

Los recursos técnicos, económicos, humanos y naturales, son factores definitivos para optar por la condición de internacionalizar un producto y su empresa, ya que son variables determinantes al momento de definir la calidad, el tiempo y los precios de los productos a comercializar, por ejemplo; el modelo de gestión, la calidad de los productos, el valor de los recursos humanos, el costo y disponibilidad de los recursos naturales, son factores que depende de las condiciones socio geográficas del lugar donde se establece la empresa para desarrollar sus procesos productivos y sistemas de comercialización y exportación (Porter, 2014).

Tener producción de pitahaya disponible durante todo el año

Este tipo de estrategia se puede lograr solo si la gerente ha identificado a los productores de pitahaya a nivel nacional, si ha socializado y ha realizado un convenio o compromiso para que cada producción esté disponible para el grupo empresarial o

asociación comercial exportadora de la fruta a nivel internacional, para este fin se concentra en cada región o provincia donde se produce esta fruta, una hacienda o finca seleccionada para el acopio y compra de la misma.

Identificar proceso de entrega de forma rápida a los pedidos a los clientes

Las empresas, deben generar seguridad de transmisión de la fruta en el tiempo establecido, de esta forma la organización debe garantizar la frescura del producto, el tiempo determinado para exportaciones debe considerar embarcar la fruta 72 horas después de haber recibido el pedido del cliente, lo que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 3 Tipos de Envío para Destinos de Europa

TIPO DE ENVÍO	DESTINO	TIEMPO DE TRÁNSITO
Marítimo	Europa	De 19 a 35 días

Nota: Pro Ecuador, 2016

Dentro de los aspectos legales del contrato de fletamento, para la exportación de fruta, esta se genera entre la línea más económica, como lo es HAPAG LLOYD, la misma que por contenedor de 40 REEFER, mantiene un valor de USD 3800 + BL USD 32, con una frecuencia semanal y transito real de 19 días con servicio directo sin transbordo, llegando de forma secuencial a varios puertos Europeos.

La UE crea la Directiva CE 43/1993 para mejorar el nivel de higiene de los alimentos dentro de la Unión Europea y garantizar la protección de la salud pública, la preparación, transformación, fabricación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación y venta o suministro de los productos alimenticios deberá realizarse de manera higiénica.

Todas las empresas deberán velar porque se cumplan y se actualicen todos los procedimientos de seguridad adecuados de acuerdo con los principios, en los que se basa el sistema de Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos, conocido como HACCP por sus siglas en inglés.

Para mejorar el nivel de higiene de los alimentos y garantizar la protección de la salud pública dentro de la Comunidad Europea, se crea la Directiva CE 43/1993 que establece que la preparación, transformación, fabricación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación y venta o suministro de los productos alimenticios deberá realizarse de manera higiénica.

Así mismo, establece que las empresas deberán velar por que se definan, se practiquen, se cumplan y se actualicen procedimientos de seguridad adecuados de acuerdo con los principios, en los que se basa el sistema de Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos, conocido como HACCP. Este reglamento reafirma que todos los agentes económicos del sector alimenticio deben garantizar que todas las etapas del proceso de las que sean responsables, desde la producción primaria hasta la puesta a la venta o el abastecimiento de los productos al consumidor final, se llevan a cabo de forma higiénica según los principios del sistema HACCP. (EUROPEAN FOOD INFORMATION COUNCIL, 2013)

EL medio de transporte seleccionado para este fin es el marítimo, en el cual se puede transportar gran variedad de contenedor de carga, este tipo de transporte se utiliza porque generan menores restricciones a la carga en lo que es el peso, volumen y tipo además, su costo es más económico si comparamos a la vía aérea la cual es más corta sin embargo en costos duplica al marítimo.

Tabla 4 Tiempos estimados basados en salida desde puertos marítimos ecuatorianos

País de Destino	Puerto de Descarga	T/T Aprox
Países Bajos	Rotterdam	26-28 días
Alemania	Bremerhaven	24-26 días
Alemania	Hamburgo	32-35 días
Inglaterra	Feslixstowe	23-25 días
Inglaterra	Tillbury	25-27 días
Francia	Le Havre	25-26 días
Bélgica	Antwerp	29-31 días
Bélgica	Amberes	20-22 días
Reino Unido	Thamesport	36-39 días
Reino Unido	Tilbury	23-25 días
España	Bilbao	31-38 días
España	Barcelona	30-36 días
España	Valencia	26-29 días
Portugal	Lisboa	42-45 días
Finlandia	Helsinki	39-41 días
Polonia	Gdynia	33-35 días
Noruega	Oslo	39-41 días
Rusia	St. Petersburgo	22-24 días
Irlanda	Dublín	24-26 días
Suecia	Estocolmo	24-26 días
Italia	Génova	30-32 días

Nota: PROECUADOR, Tiempos estimados de tránsito marítimo aproximado, 2016

La Directiva EC/013/2000 define los requisitos de etiquetado establecidos por los estados miembros de la UE. Esta directiva exige que los productos presenten un etiquetado general.

Adicionalmente, la UE estableció regulaciones específicas según el tipo de producto y por producto específico.

La información del etiquetado general se debe presentar en un idioma comprendido por los consumidores (alemán en este caso), esto es de forma práctica en el idioma oficial del estado miembro en el que se va a vender el producto. La legislación establece la posibilidad de incluir múltiples idiomas para que el producto pueda ser comercializado en diferentes países. En lo que a las unidades se refiere se debe utilizar el sistema métrico internacional.

Los aspectos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre con el que se vende el producto.
- Lista completa de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad.
- La cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.
- La cantidad neta del contenido (peso, volumen).
- La fecha de vencimiento.
- El nombre del fabricante, envasador o distribuidor.
- Las instrucciones de uso y almacenaje.
- El país de origen del producto

La mercadería derivada del producto de Pitahaya será empacada en cajas corrugadas de 25 unidades empacadas en bolsas de polipropileno por caja, el material utilizado para embolsar la fruta, se utiliza por mantener y conservar la madurez de la fruta, el contenedor utilizado es un container refrigerado de 40 pies, High cube, equipo propio de generación de frío, diseñado para mercadería que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Para esto el container mantiene las siguientes características.

Alto: 2.54 mt

Ancho: 2.28 mt

Largo: 11.57 mt

Capacidad: 67 m³

Peso Máximo: 28 Tn

En base a las cajas para poder exportar la fruta de pitahaya debidamente empacada esta, mantiene los siguientes factores:

Alto: 20 cm

Ancho: 32 cm

Largo: 50 cm

Espesor: 0.5 cm

Peso neto: 200 gr

Unidad: 25 unidades por caja corrugada

Cubicaje: $0.20 \times 0.32 \times 0.50 = 0.032 \times 2.000 \text{ cajas} = 64 \text{ m}^3$

La catadura utilizada dentro de las cajas es bolsas de polipropileno, de empaque hermético con sistema de seguridad de protección de humedad, con su respectivo mensaje nutricional y diferentes modos de uso de la fruta.

En cada caja, debidamente sellada, llevara los siguientes datos para poder exportar:

- Tipo de producto
- Semáforo nutricional
- Peso neto
- Peso bruto
- Nombre la compañía exportadora
- Datos destinatario (nombre y dirección)
- Datos exportador (nombre y dirección)
- Lote
- Símbolos pictóricos de ISO
- Cantidad

No. Del documento de exportación

Conclusiones

- Se concluye que la importancia de la firma comercial entre Ecuador y Europa, favorecen el comercio del producto ecuatoriano como la Pitahaya, siendo el principal interés del consumidor Europeo, principalmente que este sea orgánico, que mantenga sabor a fruta, Calidad de la fruta, aroma y condición de resistencia ante la inclemencia del clima, del cual el producto nacional cumple con estos requisitos, y ha logrado que tanto AGROCALIDAD y FAO internacional puedan certificar y permitir la comercialización y exportación de la fruta ecuatoriano al mercado Europeo.
- Se concluye que bajo los lineamientos legales que se generaron en la firma del acuerdo comercial entre UE-Ecuador, tanto sus lineamientos estratégicos y aspectos comerciales de productos no tradicionales como la pitahaya, mantendrán nuevos clientes que aumentaran la demanda actual de la fruta, su producción generando mayores ingresos para el país, nuevas plazas laborales y un mejor vivir ciudadano de todos los involucrados en la línea productiva y comercial de pitahaya en el territorio nacional.
- Se concluye que cada vez hay más asociaciones productoras de Pitahaya, estas conllevan a que la situación actual en las regiones productivas, consideren el uso de productos orgánicos tanto en el control fitosanitario, abonos, mejor producción más saludable y rentable en la actualidad, estableciendo como prioridad uno los requerimientos del consumidor final del mercado Europeo.
- Se concluye que se logran definir los canales idóneos para entrega del producto en Europa, donde se han tomado entre las principales navieras, una de las más económicas y por viaje directo, lo que permitirá a que la fruta llegue en menor tiempo y su frescura y sabor no corran el riesgo para perderlo y establecer insatisfacción del consumidor final, definiendo así según los principales puertos Europeos, el tiempo de llegada de cada buque, saliendo de los principales puertos del Ecuador.

Recomendaciones

- Se recomienda generar nuevos lineamientos y oportunidades productivas a los agricultores y comerciantes de minorías en las regiones productivas ecuatorianas de pitahaya, integrando así, nuevas estrategias para que se incremente la producción orgánica, se generen más plazas laborales y esto determine la calidad del producto y continúen siendo un punto referente para la certificación de seguridad alimentaria generada por AGROCALIDAD en Ecuador y FAO Internacional en América.
- Se recomienda, continuar implementado y rigiéndose bajo los aspectos legales, en la exportación de pitahaya, aprovechando el arancel cero, para el ingreso de este producto a los 28 países de la Unión Europea, estableciendo cada vez más estrategias comerciales, integrando nuevos canales para la entrega del producto.
- Se recomienda que se deba establecer nuevos parámetros productivos y lograr bajo aspectos legales, la asociación de productores de pitahaya por zonas, definiendo así la integración a capacitaciones, y nuevos integrantes en el campo de exportaciones, donde cada asociación pueda generar un beneficio directo para su propia organización, además, de beneficiar al país en general.
- Se recomienda que las oficinas de PROECUADOR al estar inmersas dentro de los canales comerciales en la Unión Europea, en su actualización y nuevas oficinas, establezcan un plan de comunicación nacional e internacional, donde tanto el productor como comerciante y la ciudadanía interesada en este tipo de fenómenos comerciales, estén constantemente informados de nuevos lineamientos comerciales y que no se establezcan barreras informativas, cuando el estudiante de educación superior necesita de data real ante la situación comercial de determinados productos.

Bibliografía

- Acosta Et al. (2010). *El rostro oculto del TLC*. Quito: Abya-Yala.
- ALOP et al. (2011). *Acuerdos comerciales de la Unni3n Europea con Centro Am3rica, Colombia y Per3: Obstaculos para el desarrollo sostenible*. Bruselas: Oxfam.
- Anaya, T. (2011). *Logística Integral. La gesti3n operativa de la empresa*. Bogotá: Alfaomega.
- Ansoff, I. (2009). Administraci3n interna y externa. En I. Ansoff, *Administraci3n Estrat3gica* (pág. 56). Madrid: Planeta.
- Armando, M. N. (2009). *Las cartas sobre la mesa, Cuaderno Globalizaci3n con Equidad*. Lima.
- Arteaga, O. J. (2015). *Manual de Internacionalizaci3n: T3cnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con 3xito el proceso de internacionalizaci3n*. M3xico: ICEX.
- BCE. (2015). *Direcci3n de Inteligencia comercial e Inversiones de Pro Ecuador: Exportaciones Primarias e industrializadas*. Quito: Pro Ecuador.
- BCE, Banco Central del Ecuador. (2016). *Direcci3n de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR*. Quito: SENPLADES.
- Buitron, M. (2016). *Productos no tradicionales de Sudamerica al Mundo*. Brasil: SaoLitera.
- Cabello, P. M. (2012). *Las Aduanas y el Comercio Internacional*. Madrid: ESIC.
- Casadej3z Y Soler. (2015). *Gesti3n financiera del Comercio Internacional*. Madrid: Marge Books.
- CEIM. (2011). CONFEDERACI3N EMPRESARIAL DE MADRID. En CDMI, *CAMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID* (pág. 21). Madrid: DIN IMPRESORES.
- Chaid, A. (2012). *La Dimensi3n Econ3mica, El Mundo 3rabe y la Batalla Econ3mica del Nuevo Orden Mundial*. Brian.
- Daniel, P. N. (2008). *Oportunidades en los Mercados Emergentes*. Buenos Aires: The Economic.
- Delegaci3n de la Uni3n Europea para el Ecuador. (2015). Obtenido de http://eeas.euroa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/bilateral:agreement/index_es.htm
- Diario El Universo. (11 de 11 de 2016). www.eluniverso.com.ec.

- DRUCKER, P. (2008). Practice and Principles. En P. F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship* (págs. 56-58). New York: Greener Book.
- EUROPEAN FOOD INFORMATION COUNCIL. (14 de Enero de 2013). www.eufic.org. Obtenido de <http://www.eufic.org/article/es/expid/Consumo-frutas-verduras-Europa/>
- Feenstra Et Al. (2014). *Comercio Internacional en un nivel agregado*. Londres: Ediciones Khan.
- Fernandez, R. (2014). *Investigación Cualitativa*. México: Limusa.
- García, T. A. (2014). *Los 100 documentos del Comercio Exterior*. México: Global Marketing.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2011). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempo de cambio*. Caracas: El nacional.
- INIAP. (2013). *Taxonomía, Producción y Derivados de la Pitahaya del Dragón*. Quito.
- ISO, N. (2013). *La gestión de calidad ambiental bajo las normas ISO 9001-9004-14001-ISO-IWA1*. New York.
- J, Prado. (2012). *La Empresa: Dirección y Administración*. Janes: Plaza.
- KOTLER Y GERTNER. (2006). A Place marketing an brand mangement perspective. En P. &. Kotler, *Country as Brand* (págs. 249-261). New York: Journal and Brand Management.
- Llamazares, O. (2015). *Cómo negociar con éxito en 50 países*. México: Global Marketing.
- LLopis, R. (2014). *Grupos de discusión*. Madrid: ESIC.
- Mendez, R. M. (2013). *La partidas comercial y sus antecedentes: Intorducción al mercantilismo*. Madrid: Fontagrp.
- Mendoza, N. A. (2009). Las cartas sobre la mesa. En *Globalización con equidad* (págs. 7-8). Lima.
- Mentor, V. (2011). ¿Porqué es importante un acuerdo con la Unión Europea? *Revista Plusvalor*, 24-28.
- Merino, M. (2013). *Introducción a la investigación de mercados*. ESIC: Barcelona.
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2016). Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/paquete-de-cierre-de-la-negociacion-comercial-con-la-union-europea/>
- NAVARRO, Q. R. (2012). *Mercadotecnia Internacional*. México: Red Terer Milenio.

- OIRSA. (Noviembre de 2001). *Organismos Internacional REgional de Sanidad Agropecuaria*. Obtenido de <http://www.oirsa.org>.
- Porter, M. (2014). *Advantage competitive*. México.
- PROECUADOR. (2015). *Boletín de Comercio Exterior 2014*. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones.
- Rionda, R. J. (2012). *Crecimiento Económico y Desarrollo Regional en México (1970-2010)*. México.
- VILLAGOMÉZ. (2011). ¿Por qué es importante un acuerdo con la Unión Europea? *PLUSVALOR*, 24 a 28.

ANEXOS

ANEXO 1

Transformación de la Matriz Productora de Ecuador

El Ecuador durante varios comentarios ha sido estimado un proveedor transcendental dentro del espíritu de las materiales gratificaciones, siendo el banano, cacao, plátano y flores, algunos de los productos que más acogimientos tiene en el mercado internacional pero desgraciadamente estos productos no tienen ninguna participación de valor agregado, encontrándose en la situación de que el Ecuador provee la materia prima a diversos países para que luego el país importe productos manufacturados o manufacturados basados en la materia prima previamente vendida y exportada, la cual ha colocado al Ecuador en una situación de intercambio desigual que afecta derechamente a su economía ya que al tener como principal recurso las materias primas, el país se ve en la necesidad de explotar de manera exhaustiva sus recursos naturales con el fin de mantener su nivel de ingresos.

Análisis

Debido a esto intrínsecamente del plano del desarrollo económico que tiene el país, se encuentra como uno de los principales objetivos poder lograr la diversificación de la demanda exportable ecuatoriana impulsando un movimiento de gestión que condescienda otorgarle un “valor agregado” a dicha manufactura mediante la especialización en implementación de diversas ciencias que contribuyan a este fin.

Si bien el cambio de la matriz productiva fomenta la diversificación de cultivos y productos, se tiene que tener en cálculo que este proceso requiere una gran cantidad de factores que transgreden en los ingresos de los productores, por ejemplo diversos tipos de semillas al ser producidos bajo el lema de la revolución verde que demandan ciertos consumidores obliga al productor a invertir en una gran cantidad de fertilizantes, pesticidas, agua que de una u otra forma disminuyen sus ingresos.

El problema del sector agrícola no se encuentra precisamente en la inversión que se realiza hacia la producción de estos insumos, ya que la consideran necesaria para obtener un producto de buena calidad, sino que al momento de adquirirlos se encuentran con precios descomunales que exceden en la mayoría su presupuesto debido a que por ejemplo los fertilizantes y pesticidas son en su mayoría importados.

Uno de los principales problemas que afecta a la agricultura ecuatoriana es la migración del pequeño agricultor a la ciudad, y luego a otros países acusados por falta de oportunidades para realizar diversos tipos de emprendimientos agrícolas.

Convenios Comerciales

La importancia de estos acuerdos de libre comercio radica en el impulso que dan a la industria de un país ya que brindan la posibilidad de ingresos a los mercados internacionales regidos bajo una normativa clara y a largo plazo que expande el universo de posibles compradores e impulsa los factores de competitividad entre los exportadores. (Boletín N°6, Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2010).

Dado todos estos hechos en el 2012, el Consejo de Comercialización Externa Ecuatoriano aprobó y presentó un modelo denominado “Acuerdo Comercial para el Desarrollo del Ecuador” que tiene como objetivos brindar todas las herramientas necesarias para desarrollar un proceso de negociación que beneficie a los intereses nacionales tanto en los ámbitos económicos, políticos o sociales. (Garcés, 2012).

En palabras del actual Ministro de Relaciones Exteriores, Ricardo Patiño (2012) “Las particularidades que tiene este texto se las plantea en tres ejes principales:”

- Diálogo político, será el eje rector de objetivos de cada país y de temas comunes de las partes.
- Cooperación para el desarrollo, servirá para lograr generación de capacidades propias y mejorar los estándares de producción.

Una de las partes más importantes de este modelo es el trato especial y diferenciado que se le otorga a la parte menos desarrollada dentro de la negociación, ya que se establece que si una nación no goza con un crecimiento superior o equitativo, la otra nación deberá otorgar ciertas facilidades para el desarrollo del mismo las cuales varían entre procesos de desgravación arancelaria, asistencia técnica en materias de producción y cooperación que permita el aprovechamiento de

los beneficios alcanzados en el acuerdo para de esta forma se tenga un acceso efectivo al mercado de ambas partes. (Art. 6, Modelo de Acuerdo Comercial para el Desarrollo del Ecuador 2012).

Trato especial y diferenciado: entiéndase por situación que se otorga en virtud de la complementación comercial se mantiene como base para las negociaciones pero orientada al comercio solidario y de cooperación ya que ambas partes promoverán constantemente que sus economías se ayuden entre si ya sea mediante facilidades orientadas al fortalecimiento del aparato productivo, proporcionando diversos servicios previos al cierre de acuerdos.

Procesos logísticos comerciales aplicados a las Pymes de la Zona 8

Toda actividad comercial, depende desde cualquier etapa la necesidad de gestión logística eficiente que permita coordinar todas las actividades anteriormente mencionadas; y para el inicio de este se requiere de una buena cadena de abastecimiento donde se pueda obtener una reducción significativa del tiempo de entrega de los materiales e insumos.

De tal manera que se hace importante comprender “la cadena de abastecimiento como un proceso que busca alcanzar una visión clara del suministro de materias primas, componentes o productos semi-elaborados que conlleva a hacer los pedidos a los proveedores, el transporte, almacenaje y suministro de fábrica basado en un trabajo conjunto de proveedores, fabricantes, depósito y negocios minoristas para que la mercancía se produzca y distribuya en las cantidades correctas, lugares adecuados, en tiempo justo con objeto de minimizar los costos que no agregan valor y mejorar la calidad y el cumplimiento” (Anaya, Logística Integral. La gestión operativa de la empresa, 2011).

Así que su objetivo principal consiste en “proporcionar un flujo ininterrumpido de materiales, suministros y servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa además de mantener unas normas de calidad adecuadas como también buscar y mantener suministradores competentes, realizando compras al precio

más bajo posible y por ultimo conseguir relaciones de trabajo productivas y armoniosas con otros departamentos de la organización” (J, Prado., 2012).

De esta manera “la cadena de abastecimiento da paso al inicio de los procesos productivos y de la logística interna de las organizaciones” (Anaya, Logística Integral. La gestión operativa de la empresa, 2011), es decir que esta da iniciación a procesos de almacenamiento, gestión de inventarios y las diversas actividades que se pueden derivar a partir del suministro de materias primas” es por esto que genera gran importancia en todas las organizaciones, ya que, si no se pone a disposición de la empresa en el momento oportuno, en la cantidad y calidad adecuada todos los productos o materiales necesarios se generará una disminución en la capacidad o rendimiento de la organización que hará disminuir la competitividad en el mercado.

Abastecimiento de fruta de Pitahaya

La Pitahaya en la actualidad, se produce por el fruto con mayor valor nutricional, es una fruta oblonga y de llamativos detalles, la fruta en la actualidad ha crecido en su producción, tanto en la Amazonia, Andes y Costa Ecuatoriana, la fruta está extendiendo su cultivo en muchas regiones y se considera como un afluente para el sector comercial de frutas, el caso de la Zona 8, se está produciendo la fruta de calidad, las capacitaciones técnicas, referidas por los profesionales que representan en parte al MAGAP y a entes sin fin de lucro, denotan que han hecho un buen trabajo en especial los entes sin fin de lucro, en el proceso de cultivo, mantenimiento y cosecha, lo que refleja a cada uno de los productores como proveedores certificados de frutas, sin haber pasado el proceso de certificación internacional.

Análisis

En base a antecedentes de la fruta. El cultivo de pitahaya se realiza principalmente en zonas subtropicales y amazónicas del país. Las características climáticas inciden directamente en la calidad de la fruta, otorgando una ventaja comparativa en relación al tamaño y mayor contenido de grados BRIX.

La pitahaya amarilla o fruta dragón, es una fruta exótica, que cautiva por su sabor dulce y tropical, tiene un aspecto único que atrae a los consumidores. Su pulpa es blanca con pequeñas y suaves semillas comestibles. Muchos médicos investigadores la consideran como un “superalimento” por los beneficios que tiene para la salud. Entre los beneficios que brinda para la salud se desatacan: ayuda a la digestión, reduce el colesterol, e incluso puede ayudar a prevenir ciertos tipos de cáncer y diabetes. Además, de contener entre sus nutrientes muchas vitaminas, minerales y antioxidantes.

La demanda internacional de esta fruta ha ido en aumento, sobre todo en los países donde los consumidores son más conscientes al momento de escoger los alimentos. La pitahaya se encuentra incluida en el sector de Frutas No tradicionales. En el año 2015 este sector registró exportaciones en valor FOB por USD 80.21 millones y en volumen por toneladas de 124 mil. Entre los años 2013 y 2015 presentó un crecimiento promedio del 7% en valor FOB. Sin embargo, las exportaciones por volumen en el mismo periodo presentaron un decrecimiento del 1%.



Figura 9. Exportaciones de productos no tradicionales al mundo PROECUADOR, 2016.

Las exportaciones de pitahaya alcanzaron una participación del 4% en el total exportado del sector Frutas No Tradicionales en el año 2015. En este mismo año el monto exportado en valor FOB fue de 3.2 millones y en toneladas 344. De acuerdo al crecimiento promedio anual entre los años 2013 a 2015 lo exportado en valor FOB reflejó una variación del 107% y en toneladas de 87%. Cabe destacar que el precio referencial de exportación por tonelada de pitahaya también ha presentado un crecimiento promedio anual positivo de 11% en el mismo periodo de tiempo, pasando de USD 7,706 a 9,444.

Tabla 5 Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA). PROECUADOR, 2016.

Exportaciones Ecuatorianas de Pitahaya hacia el Mundo Subpartida: 0810.90.40.00							
	Miles USD FOB				Toneladas		
2013	2014	2015	*TCPA FOB	2013	2014	2015	*TCPA FOB
759	1,243	3,249	107%	99	128	344	87%

Entre los principales productores de pitahaya en Ecuador se suman 11 provincias de las cuales se integran las siguientes.

Tabla 6. Localización Geográfica de la Producción de Pitahaya en Ecuador

Provincia	Lugar
Sierra	
Imbabura	• García Moreno
Pichincha	• Nanegalito, Nanegal, Nono, Los Bancos, Pedro

	Vicente Maldonado, Puerto
	Quito
Bolívar	- Echeandia
Loja	- Vilcabamba
	Amazonia
Napo	- Tena, Puyo
Morona Santiago	- Palora
	Costa
Santo Domingo de los	- La Concordia, Julio
Tsáchilas	Moreno
Manabí	- San Isidro, San Clemente
	- La 14
Los Ríos	- Quinsaloma, La Mana,
	Ventanas
Santa Elena	- Santa Elena
Guayas	- Cerecita, Samborondón,
	Tarifa

Nota: Pro Ecuador, 2017

La producción de pitahaya destinada para la exportación se estima en 500 hectáreas. La principal zona de cultivo es en el cantón Palora, perteneciente a la provincia de Morona Santiago. Según lo indicado por los productores, la pitahaya presenta una tendencia creciente en su producción. El rendimiento promedio por hectárea del cultivo de la pitahaya es de 7.6 toneladas. Adicionalmente, para el año 2016 se prevé un crecimiento de la producción de un 10%, lo cual dependerá de factores externos como el clima.

El Comercio actual entre Ecuador y la Unión Europea

A finales del 2014 Ecuador, cerró con éxito los beneficios comerciales que se generaban con el acuerdo comercial vigente, las Mypimes y las grandes empresas que exportan sus productos al mercado europeo, están conllevando a crecer sustancialmente algo que está favoreciendo aparentemente a todo el país, lamentablemente, no todo es beneficio, el sector productivo de menor tamaño, está condenado a sufrir el abuso de tercerizadores que pagan sus productos a un precio

demasiado reducido, del cual genera mínima ganancia a los productores de productos no tradicionales en este caso.

Este tipo de acuerdos como se mencionó en el anterior subtema, no ha podido lograr el desarrollo productivo esperado, es una realidad que el comercio se ha incrementado, pero la atención al sector productor de cada Zona según la división expuesta por el SENPLADES, no recibe la ayuda necesaria y otras no son visitadas por el MAGAP, de esta forma continua la incertidumbre del como si el mismo MAGAP está fallando en generar tanto capacitación a los productores de productos no tradicionales en este caso la pitahaya, como se pretende lograr que la demanda de Europa sea satisfecha, si hay países de Asia, de las Américas y otros macro sectores, que requieren de los productos ecuatorianos, a pesar de estas falencias el administrativo, continua ofertando el país tanto en turismo como en aspectos comerciales.

La realidad es latente, el país ha crecido sustancialmente y ha generado mayores ingresos al sector productivo de todas las zonas de gran tamaño, pero continua el problema, la Zona 8 del país, produce fruta y otros productos en un nivel medio, cumple con una parte de la demanda requerida por las Pymes, pero aun no es un potencial para generar demandas mayores, las demás zonas, que producen pitahaya, ya tienen en muchos de los casos clientes de la fruta y esta al estar comprometida, no cumple con la demanda actual.

A pesar de estos problemas, no todo es perjudicial, la estrategia de negociación internacional conocida como ganar-ganar, expuesta por el Ministro de Economía, conlleva a generar este tipo de estrategias para poder asegurar y defender los intereses del país y de todos los actores de la cadena productiva comercial de este tipo de productos.

La realidad y según el informe emitido por (PROECUADOR, 2015) que el desarrollo comercial producido con Europa y el país está obteniendo el éxito deseado en base a la firma del acuerdo, del cual debe entrar en vigencia en el 2016 y a inicio del 2017 emitirse el informe de logro y éxitos logrados a través de este tipo de acuerdos comerciales.

Pero, acorde a lo antes mencionado, aun se generan múltiples falencias del cual no son emitidas en los medio de comunicación pero si son la realidad de cada productor y de las Pymes que se dedican a esta actividad comercial en el campo internacional.

El Acuerdo comercial y sus beneficios para el Ecuador

El proceso comercial bajo el acuerdo firmado, ha beneficiado a algunos de los productos ofertados al mercado europeo, entre estos están: rosas, palmito, café, aceite de palma, margarina, cacao, chocolates, jugos, entre otros productos del Sector Agroindustrial y Alimentos Procesados. Para algunos de éstos productos considerados commodity, el sector exportador podría analizar la posibilidad de crear un factor diferenciador que les permita generar un valor agregado en sus productos y por lo consiguiente venderlos a mejores precios.

De acuerdo a las cifras que registra el Banco Central del Ecuador en el año 2013, de los productos no petroleros que Ecuador exporta al mundo, el 25.55% tuvieron como destinos los países de la Unión Europea, mayor a la del año 2012 que fue del 24.61%. Así mismo, las exportaciones no petroleras a la Unión Europea del 2013 vs 2012 se incrementaron en un 12%.

Durante la negociación también se consideraron temas muy particulares y de gran interés para Ecuador como el Comercio de Servicios, Contratación Pública, Derechos de Propiedad Intelectual, Protección a Indicaciones Geográficas, Comercio y Desarrollo Sostenible.

Análisis

A pesar de las muchas opiniones del círculo empresarial sobre las ventajas y desventajas que puede acarrear la firma de éste acuerdo a la economía del país, este es un primer paso para afianzar y fortalecer aún más las relaciones comerciales con la Unión Europea.

Es claro que el sistema comercial de productos no tradicionales aún no se contempla dentro del acuerdo, ya que si el país produce y comercializa, debe por ética comercial definir el precio de sus productos, pero la realidad es que son las grandes cadenas comerciales en especial las alemanas, las que definen el precio y al haber más proveedores, el país debe ajustarse a este tipo de imposiciones, en este punto el administrativo aún no ha logrado definir el beneficio que se debería obtener a pesar de este tipo de falencias el acuerdo ya se realizó.

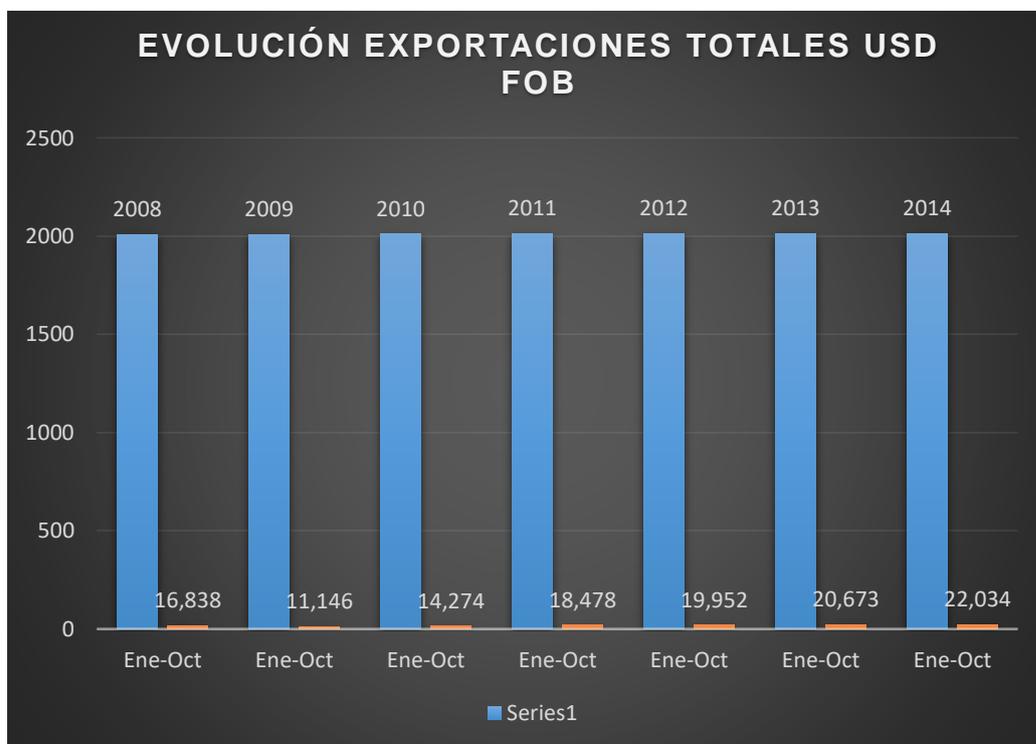


Figura 10 Evolución Total (PROECUADOR, 2015)

En base a este acuerdo las exportaciones de productos primarios crecieron un 11.12% al comparar el acumulado a octubre de 2014 vs el acumulado a octubre del 2013, mientras que los industrializados decrecieron un 12.19% en el mismo periodo analizado. Pero este tipo de acuerdos a pesar de su éxito acorde a la disminución de las economías mundiales, bajó un 1.10% en comparación al año 2014. (BCE, Dirección de Inteligencia comercial e Inversiones de Pro Ecuador: Exportaciones Primarias e industrializadas, 2015).

Para el 2014 bajo el acuerdo comercial, la comercialización de productos tradicionales creció 26.20% en relación al año 2013 y de los productos no tradicionales para este mismo periodo creció considerablemente un 9.50%



Figura 11 Exportaciones no petroleras: (PROEcuador, 2015)

Firma del acuerdo comercial entre UE y Ecuador

Acorde a lo generado en Bruselas, dentro de las autoridades de esta firma por el acuerdo comercial entre UE y Ecuador. La comisaria Malmström firma el Protocolo de Adhesión de Ecuador al acuerdo en una ceremonia de firma en Bruselas a las 13.00 del 11 de noviembre del 2016. Cecilia Malmström responsable directa en la firma de este acuerdo multipartes, comisaria de Comercio, firma en dicha fecha antes indicada el Protocolo de Adhesión de Ecuador al Acuerdo de libre comercio de la UE con Colombia y Perú. Este acuerdo favorable al desarrollo abrirá los mercados de ambas partes, incrementará la estabilidad y la previsibilidad para el comercio y la inversión en ambas direcciones, y fomentará un desarrollo integrador y sostenible.

La Comisaria Malmström en comunicado de prensa declaró qué: *«Este acuerdo marca un hito en las relaciones entre Ecuador y la UE, y crea un marco adecuado para reforzar el comercio y la inversión en ambas partes. Es importante que el acuerdo entre pronto en vigor de manera que los exportadores, los trabajadores y los ciudadanos puedan empezar a disfrutar de sus beneficios. Debemos crear más comercio entre ambas partes, ya que el comercio es un factor clave para el crecimiento y el empleo en la UE, pero también para una economía como la de Ecuador, un país que quiere diversificarse e integrarse en las cadenas de valor mundiales. Crea una base para las empresas europeas y un punto de anclaje para las reformas en Ecuador.»* (Diario El Universo, 2016)

La comisaria firma el Protocolo de Adhesión en una ceremonia celebrada el 11 de noviembre del 2016 a las 13.00 en punto junto con la Presidencia Eslovaca de la Unión Europea, representada por el ministro de Economía de este país, Peter Žiga, así como con el vicepresidente de Ecuador, Jorge Glas, el Embajador de Colombia, Rodrigo Rivera, y la Embajadora del Perú, Cristina Ronquillo De Blödorn. Este acuerdo necesita ahora la aprobación del Parlamento Europeo antes de que pueda aplicarse de manera provisional.

El acuerdo eliminará los aranceles para todos los productos industriales y de la pesca, incrementará el acceso al mercado de los productos agrícolas, mejorará el acceso a los servicios y a la contratación pública, y reducirá aún más los obstáculos técnicos al comercio. Una vez que se aplique plenamente, los exportadores de la UE se ahorrarán al menos 106 millones de euros en aranceles cada año, y las exportaciones ecuatorianas se ahorrarán hasta 248 millones de euros en derechos suprimidos.

Este acuerdo asimétrico está concebido en función de las necesidades de desarrollo de Ecuador. Las reducciones de los aranceles solamente se pondrán en práctica de forma gradual durante diecisiete años, con el resultado de que la UE liberalizará casi el 95 % de las líneas arancelarias en el momento de su entrada en vigor, y Ecuador alrededor del 60 %. Según las estimaciones de la Comisión, el impacto en el PIB de Ecuador podría ser considerable. El acuerdo permitirá a Ecuador beneficiarse de un mejor acceso para sus principales exportaciones a la

UE, tales como productos de la pesca, flores cortadas, café, cacao, frutas y frutos de cáscara. Los plátanos también se beneficiarán de una tarifa preferente, pero existirá un mecanismo de estabilización que permitirá a la Comisión examinar y sopesar la suspensión de las preferencias si se alcanza un umbral anual, como es el caso en la actualidad en nuestros acuerdos comerciales con Colombia, Perú y América Central.

Los beneficios para la UE también serán importantes. Así, por ejemplo, el sector agrícola de la UE se beneficiará de un mayor acceso al mercado para sus productos, así como de la protección de unas 100 indicaciones geográficas de la UE en el mercado ecuatoriano. También pueden esperarse beneficios para la UE en sectores específicos, como un nuevo acceso al mercado de vehículos y maquinaria. El acuerdo propuesto incluye también compromisos para aplicar efectivamente los convenios internacionales sobre derechos laborales y protección del medio ambiente, que serán objeto de seguimiento mediante una participación sistemática de la sociedad civil.

El acuerdo reforzará la integración regional, ya que Ecuador se convertirá en el tercer miembro de la Comunidad Andina (junto con Colombia y Perú) incluido en el acuerdo comercial. Este acuerdo también mantiene abierta la posibilidad de que el cuarto miembro de esta Comunidad, Bolivia, trate de adherirse al acuerdo si así lo desea. Con este acuerdo comercial, la UE sigue reforzando sus relaciones con América Latina y progresando en su ambiciosa agenda comercial con esta parte del mundo.

El acuerdo comercial debe personificar oportunidades para todos. No puede ser que simplemente una parte del acuerdo se beneficie y que otra parte, los más pequeños actores de la economía se vean presumidos. No quiero hacer informe a ningún acuerdo en particular, pero sabemos que eso ha sucedido en otras partes del mundo y con países de América Latina en donde ciertas cadenas productivas desaparecieron, generando acomodo en lugar de inventar más riqueza.

Las relaciones entre Ecuador y la UE ya tienen un superávit en la balanza comercial de alrededor de 400 millones de dólares de balanza favorables para los

ecuatorianos en un país donde no tenemos moneda, donde tenemos un esquema dolarizado. Es decir, es muy importante cuidar la balanza de pagos para mantener fuerte la economía ecuatoriana. Y más ahora, cuando sabemos que hay factores externos que la pueden afectar como por ejemplo la bajada del precio del petróleo ante esta contexto y ante el beneficio que el acuerdo genera entre las partes, se firmó el 11 de noviembre el acuerdo comercial multipartes entre UE y Ecuador.