



UNIVERSIDAD ECOTEC

FACULTAD:

Ciencias Económicas Y Empresariales

TÍTULO:

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCCION
EXPORTABLE DE AGUACATE ECUATORIANO EN EL MERCADO MUNDIAL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Emprendimiento y desarrollo empresarial

MODALIDAD DE TITULACIÓN:

Proyecto De Investigación

CARRERA:

Administración de Empresas Énfasis Negocios Internacionales

TÍTULO A OBTENER:

Licenciatura en Administración de Empresas Énfasis Negocios
Internacionales.

AUTOR:

Nicole Belén García Gutiérrez

TUTOR:

Econ. Solange Zamora, Mgtr.

Samborondón, Ecuador

2022

Dedicatoria

La presente Tesis está dedicada a Dios quien es el que me ha dado la vida para terminar esta etapa de académica y quien ha provisto de todo a mis padres para que me dieran lo más valioso que uno puede recibir, la Educación, a mis padres, porque siempre estuvieron presente para mí en todo momento brindándome sus consejos y llenándome de fuerzas cuando sentía que desfallecía, a mi esposo quien en todo momento recibí su ayuda, a mis hermanos porque estuvieron para llenarme de alegría cuando me sentía agobiada, a mi mascota pirata porque cuando llegaba cansada siempre me recibía con sus caricias y por ultimo pero no menos importante a mis amigos y compañeros porque juntos nos apoyábamos y nos alentábamos para llegar a esta tan anhelada meta.

Gracias Dios, madre y padre.

Agradecimiento

Agradezco a Dios porque me ha dado la vida y unos padres extraordinarios quienes me han sabido inculcar los valores como el respeto, la perseverancia y la honestidad. Agradezco a todos los docentes quienes me brindaron sus conocimientos para poderme convertir en una profesional, agradezco a mis abuelos y tíos por su apoyo en mi vida académica, y de la misma manera agradezco a mi tutora de tesis quien con sus consejos nos alentaba a terminar este proceso importante.

CERTIFICADO DE REVISION FINAL



ANEXO N° 14

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Samborondón, 15 de diciembre de 2022

Magíster
Gino Cornejo
Decano(a) de la Facultad
Facultad Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: Análisis de los factores que indican en la producción exportable de aguacate Ecuatoriano en el mercado mundial, según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: **García Gutiérrez Nicole Belén**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,

Mgtr. Solange Zamora

Tutor(a)

CERTIFICADO DE COINCIDENCIAS DE PLAGIO



CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado Mgtr. Solange Zamora tutor del trabajo de titulación "Análisis de los factores que inciden en la producción exportable de aguacate ecuatoriano en el mercado mundial" elaborado por García Gutiérrez Nicole Belén, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas con Énfasis en Negocios Internacionales

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias (1%) mismo que se puede verificar en el siguiente link: <https://secure.urkund.com/view/146615479-603324-503563#/details/sources>

Document Information

Analyzed document	TESIS NICOLE 15 DICIEMBRE (1).docx (D153568544)
Submitted	12/15/2022 10:56:00 PM
Submitted by	
Submitter email	szamora@ecotec.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	szamora.ecotec@analysis.urkund.com

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Solange Zamora", is written over a horizontal line.

FIRMA DEL TUTOR
Mgtr. SOLANGE ZAMORA

CERTIFICADO DE APROBACION DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACION CON LA INCORPORACION DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL



ANEXO Nº16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 23 de diciembre de 2022

Magíster
Gino Cornejo Decano (a)
Decano(a) de la Facultad
Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: Análisis de los factores que inciden en la producción exportable de aguacate ecuatoriano en el mercado mundial. Según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **García Gutiérrez Nicole Belén**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,

Mgtr. Solange Zamora

Tutor(a)

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo Analizar los factores que inciden en el comportamiento de las exportaciones del aguacate ecuatoriano al mercado mundial. A través de este enfoque se procurará establecer una hipótesis acerca del tema a investigar, el cual creará escenarios reducidos a variables, sino que se considerará como un todo. Se estudia al mercado mundial, en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran, acerca de la incidencia en la producción exportable de aguacate, mediante la recopilación de información secundaria de bases de datos referenciales, y entrevista. El comportamiento exportador de esta palta está determinado en base al precio, peso neto y frecuencia anual de los países exportadores y medios de transporte en base a aire, mar o tierra, pues notamos que ``Ecuador ha incrementado sus paltas recientemente. Exportar al mundo exterior. Ecuador podría convertirse en los próximos años en un exportador de aguacate altamente competitivo si se abren nuevos mercados.

Palabras clave: Producción, exportación, comercialización.

ABSTRACT

The objective of this research work is to analyze the factors that influence the behavior of Ecuadorian avocado exports to the world market. Through this approach, an attempt will be made to establish a hypothesis about the subject to be investigated, which will create scenarios reduced to variables, but will be considered as a whole. The world market is studied, in the context of its past and current situations, about the incidence in the exportable production of avocado, through the collection of secondary information from reference databases and interviews. The export behavior of this avocado is determined based on price, net weight and annual frequency of exporting countries and means of transportation based on air, sea or land, as we note that ``Ecuador has increased its avocados recently. Exporting to the outside world. Ecuador could become a highly competitive avocado exporter in the coming years if new markets are opened.

Keywords: Production, exportation, marketing.

INDICE

Introducción	1
Antecedentes.....	1
Planteamiento del problema	2
Aspecto innovador.....	3
Objetivos.....	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Justificación	4
CAPÍTULO I.....	6
MARCO TEÓRICO	6
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
1.1. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.	7
1.1.1. TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA Y LA VENTAJA COMPARATIVA	8
1.2. TEORÍA DE LA ERA EXPORTADORA.	11
2. COMERCIO EXTERIOR.	12
2.1. ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR.....	13
2.2. LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR 15	
2.3. FACTORES QUE INCIDEN EL DESARROLLO EXPORTADOR EN EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL	18
3. ACUERDOS COMERCIALES DEL ECUADOR CON EL MUNDO	19
4. MARCO LEGAL	22
CAPÍTULO II.....	29

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	29
2.1 Variables de la investigación	30
Variable dependiente.....	30
Variable independiente	30
Operacionalización de variables	30
2.2. Enfoque de la Investigación	31
2.3. Tipo de investigación	31
2.3.1. Investigación Descriptiva	31
2.3.2. Investigación explicativa	32
2.4. Periodo y lugar de investigación	33
2.5. Universo y Muestra de la investigación	33
2.6. Métodos empleados en la investigación	33
2.5.1. Entrevista	33
CAPÍTULO III.....	34
ANÁLISIS DE RESULTADOS	34
3.1. Situación de los Productores y Exportadores de Aguacate	
Ecuatoriano	41
4.1. FODA DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL	
AGUACATE 48	
CAPÍTULO IV	50
PROPUESTA	50
4.2. Problema identificado	51
4.3. Objetivo	51
4.4. Propuesta	51
4.4.1. Mayor incorporación en la feria Fruit Attraction	52

Conclusiones	56
Recomendaciones	58
Bibliografía.....	59
ANEXOS.....	62
Anexo 1	62
Anexo 2	63
Anexo 3	65
Anexo 4	67
Anexos 5	69
Anexo 6	70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables	30
Tabla 2 Exportación 2018-2022	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 FODA	48
Tabla 4	70

INDICE DE GRAFICOS

<i>Ilustración 1 producción de aguacate en toneladas pertenecientes al año 2018, 2019, 2020, 2021</i>	36
<i>Ilustración 2 Detalle de la exportación de aguacate en toneladas pertenecientes al periodo 2018-2022</i>	38
<i>Ilustración 3 Precios del aguacate</i>	39
<i>Ilustración 4 Exportadores de aguacate a nivel mundial, promedio de los años 2018 y 2019 en millones de USD</i>	40
<i>Ilustración 5 Exportaciones de aguacate en toneladas pertenecientes al año 2022</i>	53

Introducción

Antecedentes

La producción exportable de aguacate ecuatoriano en el mercado mundial, ha alcanzado notoriedad en los mercados internacionales. En mayo reciente, el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS, por sus siglas en inglés) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos autorizó la importación de aguacate desde Ecuador. Con ello devino para los agricultores del denominado oro verde, una nueva ruta de negocio y un crecimiento de sus cultivos para satisfacer esta demanda. Según datos del INEC, 7,195 hectáreas en Ecuador se dedican a cultivar aguacate y se espera que aumente a 10.000 hectáreas en un futuro inmediato.

En Ecuador existen varios tipos de aguacates, los más consumidos a nivel nacional son aguacate fuerte o guatemalteco, característico de la zona de la sierra ecuatoriana, de porte medio y color verde oscuro con piel lisa; y aguacate hass, sembrado es su mayoría para la exportación (Santa Elena últimamente), de porte pequeño y de color negro con piel rugosa. Según Jorge Altuna, la cantidad exportada en el 2021 fue de alrededor de 100 toneladas de fruta, dentro de los principales destinos de exportación están: Estados Unidos, Europa, Asia y países vecinos como Colombia. Aunque la productividad se incrementa a medida de la edad de los árboles, la oferta ecuatoriana de aguacate hass no cubre la demanda internacional que va en aumento. (Herrera, El aguacate ecuatoriano es un 'boom' en el mercado extranjero, 2022)

El consumo de aguacate está creciendo actualmente a un promedio del 3 por ciento por año. Desde 2019 ha habido una gran demanda de esta fruta en los países latinoamericanos. Ecuador produjo 20.995 toneladas de aguacate,

actualmente, el consumo de aguacate crece un 3% anual. Desde 2019, ha habido una gran demanda de esta fruta en los países de América Latina. Ecuador produjo 20.995 toneladas de paltas en 4.653 hectáreas. Estimaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería ((MAG), 2020) confirman que las exportaciones de aguacate tienen un valor de USD 360 millones al año. Esto es extraordinario considerando que el aumento gradual en el consumo y venta de estas frutas contribuirá significativamente a la generación de divisas y empleo del país.

Planteamiento del problema

En los últimos años, el aguacate ha tenido un impacto positivo en el comercio local e internacional, generando una fuente de ingresos para los productores. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2012), el país cuenta con 7.000 hectáreas de paltas, de las cuales 500 hectáreas son variedades Hass listas para producción y exportación a gran escala.

La producción de aguacate en el país puede convertirse en una alternativa para mejorar la economía campesina, así como transformar los medios rurales y diversificar los cultivos, por lo que “para nosotros este rubro se convierte en estratégico para tener una gran industria”, dijo el ministro de Agricultura y Ganadería, Xavier Lazo Guerrero.

En Ecuador se producen dos tipos de aguacates. Fuerte es 99% consumido internamente y exportado. Se cultivan en una superficie de unas 800 hectáreas en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay, Loja y Santa Elena. De enero a mayo de este año se exportaron 232 toneladas.

El primer factor es que uno de los problemas que enfrentan los productores de aguacate puede incluir factores económicos, por lo que existe un

apoyo financiero del gobierno y proyectos para los productores de aguacate que son beneficiosos para la producción de aguacate.

En definitiva, el problema es que los estados productores de aguacate (Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay, Loja, Santa Elena) tienen hectáreas abandonadas para la cosecha, por lo que el país no tiene mucha producción exportable de aguacate.

Estos aspectos hacen que algunas empresas ecuatorianas que exportan aguacate al mercado mundial no satisfagan sus necesidades fundacionales, por lo que el volumen de exportaciones de este producto básico actualmente no es representativo.

Por tal razón, nos preguntamos, ¿Cuál es el factor de comportamiento de las exportaciones del aguacate ecuatoriano al mercado mundial?

Aspecto innovador

Teniendo un antecedente, como la investigación realizada por (Cisneros, 2012) hizo énfasis en otro factor que hace viable la exportación del aguacate es que en Guayllabamba se genera una sobreproducción, lo que hace que el precio de venta en el mercado local sea sumamente bajo, llegando incluso a niveles en los cuales los productores ni siquiera logran recuperar su dinero invertido; para solucionar este problema se deben tener mercados en los cuales se coloque este producto, para evitar así el desperdicio y mejorar los ingresos por la venta del mismo.

El aspecto innovador de esta investigación es analizar los factores que inciden en el mercado mundial del aguacate ecuatoriano, haciendo mención a que el mercado de aguacate está en pleno crecimiento y se espera que la tendencia sea alcista hasta el año 2022, producto del impulso en la demanda por parte EEUU, quien es el principal importador, sumado a Europa donde el mercado aún tiene potencial de crecimiento; mientras que Asia, y específicamente China, se muestran

como escenarios promisorios para impulsar el consumo, lo que sin duda favorecería a todos los productores y exportadores de esta fruta

Objetivos

Objetivo General

- Analizar los factores que inciden en el comportamiento de las exportaciones del aguacate ecuatoriano al mercado mundial.

Objetivos Específicos

- Identificar los factores que intervienen en la exportación del aguacate ecuatoriano hacia el mercado mundial.
- Determinar la demanda del aguacate ecuatoriano al mercado mundial.
- Establecer estrategias oportunas y favorables, que beneficie a la exportación del aguacate ecuatoriano en el mercado mundial.

Justificación

Este estudio se enfocará en el análisis de las exportaciones de aguacate de Ecuador. Actualmente, la tendencia en la demanda de aguacates en el mercado mundial puede ser subrayada por la investigación realizada para respaldar esta información, ya que esta fruta es reconocida por las autoridades nacionales e internacionales. En el mercado, necesitamos recopilar toda la información relevante para despejar nuestras dudas y encontrar soluciones a nuestros problemas.

Esta encuesta sirve como fuente de información sobre aspectos. Destaca los aspectos tanto positivos como negativos de exportar aguacates al mercado global, al tiempo que promueve el reciente auge del aguacate y sus beneficios para el sector económico del país.

Además, la tercerización de los factores asociados al cultivo de este producto no tradicional es un tema de demanda que requiere la capacidad productiva, por lo que se busca identificar y analizar los factores subyacentes que afectan indirectamente el proceso productivo comercialización del aguacate.

Aunque el país europeo tiene una producción bastante grande de aguacates, con 51.000 toneladas de Hass, su consumo es inferior al de otros países. Sin embargo, España está tratando de estimular la comercialización gracias a sus propiedades nutricionales y la creciente demanda de esta fruta (Peláez, 2019)

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

En este capítulo se procura plasmar teorías que sustentan el trabajo de investigación, con el enfoque de dar un aporte académico basado en la exportación.

1.1. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

Las teorías del comercio internacional, trata de ofrecer un dinamismo conjunto, que propone el de intercambiar explicaciones de acuerdos internacionales sobre bienes y servicios.

El comercio internacional se involucra en el accionar de comprar, vender o intercambiar entre distintas zonas geográficas, ya sean regiones o naciones; donde el mercado esté disponible al exterior.

“Las hipótesis formuladas por la teoría del comercio internacional serían de aplicación a los problemas suscitados por el intercambio de bienes y servicios entre cualquier tipo de unidades económicas, sean o no residentes en el mismo país (...) el objetivo de la teoría del comercio internacional sería el análisis de los distintos aspectos relacionados con el intercambio de bienes y servicios entre personas residentes en diferentes países.” (Oscar, 1991; pág. 12)

La teoría del comercio internacional describe, que a medida que la sociedad va en aumento, la complejidad comercial exige una mayor integración económica, que permita una asignación eficiente de recursos productivos, que induzca un mejor estilo de vida. Cuando el intercambio de estos agentes económicos se lleva a cabo; cabría que pensar que, básicamente el enfoque de un comercio internacional, se

concentra en un aspecto real de tendencias, a largo plazo; en un contexto de provocar equilibrio en las balanzas monetarias.

Queda claro que el comercio en todo ámbito, es una actividad esencial; que provoca empleo, y trata de dar un efecto positivo; en reducir la tabla de pobreza y aumentar las oportunidades económicas.

“El comercio se halla presente en todos los aspectos de la vida, ya sea en el comercio de la fuerza de trabajo (salario), del dinero (tipo de interés), del comercio de mercancías (precio) o del comercio de divisas (tipo de cambio). Toda operación comercial implica la confrontación de dos magnitudes: una oferta y una demanda, a las que se añade su resultante: el precio. El comercio ha adquirido tanta importancia en el régimen de producción capitalista y le ha impreso este un sello tan especial, que no faltan economistas que consideran o definen a la economía como la ciencia que se ocupa del estudio del comercio o que al menos hace de este el centro de las actividades.” (Ricardo, 2005; Pag.10)

Se señala que, el comercio es una rama productiva que involucra los factores económicos, a fin de que satisfaga las necesidades sociales. Entonces cuanto mejor y mayor sean las conexiones políticas y económicas de un país con las demás naciones del mundo, automáticamente su efecto determina como estado su desarrollo económico.

1.1.1. TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA Y LA VENTAJA COMPARATIVA

Smith sostenía una idea base acerca de que, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes (cualquiera que fueran estos) en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países), a más de eso, el analizar el sector importador, sobre aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente).

Esta forma de operar y especializarse en tema internacional, acarrearía a un acrecentamiento de la producción mundial, el cual sería compartido por los países participantes en el comercio.

La ventaja absoluta, es prácticamente; ofrecer a menor precio una producción de bienes o servicios de mayor calidad, es decir que el poseer recursos tecnológicos, el tiempo, el capital e inclusive un mejor factor humano, que daba como resultado una producción con más eficiencia.

La teoría de la ventaja, absoluta trataba de aquellos países en el cual conserva una ventaja absoluta exportando aquellos bienes a fin de que con la ganancia de aquellas ventas poder adquirir bienes producidos por otros países, a este tipo de ritmo comercial se le llamaba eficiencia del comercio internacional. Sin embargo, este tipo de idea resulto ser muy elemental, por lo cual no podría brindarse en el comercio. Por ejemplo: Si un país "Y" producía medicina en \$10 y alimentos en \$8, y el país "Z" producía medicina en \$20 y alimentos en \$15, era inaudito realizar un tipo de comercio, basada en la teoría absoluta. Porque cual sería el interés del país "Y" si obtiene una ventaja absoluta de ambos productos sobre el país "Z". Por esa razón el comercio internacional no se vincula con la teoría de la ventaja absoluta, sino al de la ventaja comparativa.

La teoría de las ventajas comparativas de David Ricardo, se establece para un país, cuando está en desventaja absoluta en la producción de ambas mercancías al otro país, si los costes relativos (o valor de un bien medido en términos del otro bien) son distintos; el intercambio es posible y mutuamente provechoso. La nación con una deuda efectiva; el enfoque debe estar en producir y exportar factores beneficiosos, la desventaja absoluta es inferior. Este es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Por lo que, el país debería a primera mano; importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior. Entonces se refiere al bien; en el que tiene desventaja comparativa.

Esta ventaja comparativa dentro del comercio internacional es fundamental, ya que asume costes relativos de producción mucho más económicos que al resto del mundo. La teoría de la ventaja comparativa, trata de una idea base, la cual países se especialicen en ciertas actividades, y lograr comercializar aquellos bienes para obtener una ventaja. De esa forma en vez de producir lo que mejor realizan en forma absoluta, es mejor producir en base a lo que se logra en acuerdos relativos, por ejemplo: para producir banano debe sacrificar parte de alguna otra producción, ya que así su valor sería relativamente menor a otros países, dando paso de forma sencilla a la exportación.

En uno de los libros de Krugman, Obstfeld, & Melitz (2012), se sugiere dividir la teoría de la economía internacional en dos grandes campos, tales como: el estudio de las finanzas y el comercio, en la esfera internacional. El diagnóstico del comercio internacional revela en poner énfasis en las transacciones reales de la economía internacional, es decir, en aquellos movimientos que implican una tendencia de bienes, o un compromiso tangible de recursos económicos.

“El análisis financiero internacional pone el acento en el lado monetario de la economía internacional, esto es, en las transacciones financieras como las compras por parte de los extranjeros de dólares estadounidenses. Un ejemplo de un tema de comercio internacional es la lucha entre Estados Unidos y Europa relativo a las subvenciones europeas a las exportaciones de productos agrícolas; un ejemplo de un tema financiero internacional es la controversia acerca de si el valor del tipo de cambio del dólar debe flotar libremente o debe ser estabilizado por una actuación gubernamental.

En el mundo real no hay una clara línea divisoria entre los temas comerciales y los financieros. La mayoría de los intercambios comerciales internacionales implica transacciones financieras, mientras que, tal como sugieren los ejemplos de este capítulo, muchos acontecimientos monetarios tienen consecuencias importantes para el comercio. No obstante, la distinción entre comercio y finanzas internacionales es útil.” (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012; Pág. 8-9)

Se analiza el comercio internacional, como aquel movimiento de las producciones; que implica como un método de alcanzar ganancias comerciales. Poniendo en práctica los métodos de distribución para así obtener y llegar a lo que determinan siempre los estudios, que es la oferta y la demanda. Sin embargo, las finanzas internacionales tienen complicidad en el ámbito monetario, la cual intervienen dos o más países. La misma que se relacionan y traen consigo inversiones directas, balanzas de pago o los tipos de cambio. Esta dependencia, se centra únicamente en las relaciones exteriores y no se deriva dentro de un solo país.

En conclusión, dentro de un sistema globalizado, se necesita que ambas se correlacionen. Ya que, para que un producto llegue al consumidor final, es necesaria una inversión financiera para poder adquirir aquel beneficio que no es común dentro de su eje geográfico. Por lo tanto, así es como se determina el accionar entre países que es útil.

1.2. TEORÍA DE LA ERA EXPORTADORA.

“Los países de América Latina se insertaron como entidades independientes en un proceso de integración económica global. El periodo de este fenómeno usualmente se sitúa entre 1870 y 1929 (...). Esta era exportadora tuvo lugar en el marco de lo que aquí denominamos la primera globalización, un proceso de integración económica internacional hecho posible por el progreso tecnológico (que redujo los costos de transporte e incrementó el ingreso y la demanda) y barreras al comercio relativamente más bajas en los países más avanzados (...). Estamos conscientes de que existieron antes, otros procesos de globalización, pero sostenemos que este fue el primero que se produjo bajo la impronta de la revolución industrial, representando entonces la globalización más temprana de la era moderna.” (Kuntz Ficker, 2020; Pag.11)

A principios de la era exportable, un fenómeno como la integración global, marco a entidades independientes de una economía. Un proceso que enrumba a

diferentes países (geográficamente próximos) en consolidar acuerdos que determinen un compromiso de eliminar barreras económicas entre ellos, con el objetivo de abarcar y consolidarse en los mercados. De esta forma se llevaba a cabo un proceso de unificación.

Esta era exportable en su integración económica, fue mucho más allá de eliminar barreras y abarcar mercados. Obtuvo también un cambio general en hacer posible un proceso que impulsaría la transformación de la economía global, provocando un impacto de la forma de vida del consumidor y la evolución de la industrialización, estimulado por la implementación de nuevas tecnologías, que marcaría un hito revolucionario en las eras modernas.

2. COMERCIO EXTERIOR.

Es existencial el comercio exterior, definida en su teoría como la compra o venta de bienes y servicios, la cual es común realizarse entre países, es decir una actividad habitual que tiene como campo de acción; el exterior.

“Los modelos teóricos que explican la relación entre el crecimiento de las exportaciones y el de la economía, parten del supuesto de que las productividades marginales de los factores de producción empleados en las actividades orientadas a la exportación son mayores a las obtenidas en los demás sectores. La mayor productividad del sector de los exportables se debe a la mejor coordinación de los procesos de producción, a un grado más alto de utilización de la capacidad instalada y, principalmente, al desarrollo de factores dinámicos originados en la aplicación de nuevas tecnologías, aunado al aumento de la capacidad gerencial que se requiere para enfrentar la mayor competencia de los mercados externos.” (Alberto, 2005)

Una buena coordinación en la productividad; favorece el sector exportable. Hay que tomar en cuenta que los dinamismos que hoy en día están a la mano, son

las nuevas tecnologías, que implican al crecimiento económico de las exportaciones.

No obstante, el comercio exterior generalmente se especifica a que muy a menudo se encuentra sumiso a las disímiles normas de control de productos; sean estos sanitarios o de seguridad, como parte de los procedimientos existente; como la tributación, registros, etc. De todas formas, el sector exportable como parte de un comercio exterior, tiene un objetivo claro y principal, que es; el de satisfacer la demanda de los consumidores.

2.1. ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR.

Realizar un análisis de comercio exterior en Ecuador, conlleva a identificar de forma paralela las inversiones que contribuyen a los alcances de indicadores de objetivos; sujetas a la matriz productiva, y su efecto en el comercio exterior. Debido a que hoy en día la competitividad tienes su exigencia en el mercado internacional, por lo que la exportación de materia prima deja de ser viable.

“En la economía global, el sector productivo solo puede sobrevivir mediante calidad, novedad y una diversidad de productos y servicios que únicamente puedan ser generados a través de la innovación y del continuo cambio tecnológico. La economía ecuatoriana se destaca como proveedora de materias primas a los mercados internacionales, así como importadora de bienes y servicios con el más alto valor agregado. La constante fluctuación de los precios internacionales de las materias primas y la continua diferenciación de productos de alto valor agregado y alta tecnología han expuesto a la economía ecuatoriana a situaciones desiguales de tipo de cambio y fluctuaciones del mercado, además, del decaimiento de la producción petrolera y las variaciones del precio del petróleo que impactan negativamente a las exportaciones del Ecuador, el gobierno central ha destinado y enfocado sus esfuerzos y recursos en el cambio de la matriz productiva.” (Dayni & Pedro, 2016, pág.146)

Se incita a una transformación en la matriz productiva que es la esencia de un proceso rentable, y debe ser la ambición del país, lo que permitirá a llevar a Ecuador a un escalafón más grande en materia de mercado internacional, que conlleve a la competitividad y así superar aquellos modelos o ideas limitadas de exportación, y generar riquezas.

Por esa razón, señala Oleas, que;

La necesidad de capacidad no es, sin embargo, la única problemática que oprime a la economía de exportación, y menos se la puede referir solamente a la carencia de política monetaria. Cualquiera de las partes económicas, antes de ser poco competitivo es poco productivo. Las dificultades de un comercio exterior ecuatoriano son mucho más hondas y se localizan en la distribución misma de la economía productiva, tanto como en los pactos institucionales afianzados durante más de dos décadas de ajuste estructural y desregulación. Desde esta representación, el sector exportador ecuatoriano acusa otros tres problemas de riesgo igual o mayor al anterior: concentración de productos y mercados, inequidad y debilidad institucional (2010, pág. 19).

Hay un problema explícito, que limita el desarrollo de los mercados nacionales. La cual se ve la industrialización; frustrada, debido a la carencia de un plan exportable serio, que evite la decadencia de la economía.

Se aprecia que Ecuador padece de incapacidad ante estas problemáticas, en pertenecer a una postura alejada de estos tipos de mercados y dar prioridades a otros tipos de comercio, tal como el petróleo. No obstante, los sin números de procesos que se han desarrollado han sido vulnerados por intereses gubernamentales, dejando con certeza la debilidad institucional en administrar, conllevando a resultados ineficientes.

Las desigualdades generalizadas entre las empresas exportadoras conducen a la concentración de sus actividades e intereses en un pequeño número de actores económicos. Las exportaciones están en manos de un pequeño número de exportadores, con casi el 90% de ellos ubicados en cinco estados. Las estructuras sociales, económicas y políticas que apoyan a las empresas exportadoras desde la creación hasta el consumo, además de la retórica del comercio justo y otros proyectos que requieren inclusión (Oleas, 2010).

Se trata de la escasez del bien común, que se visualiza en los negocios exportables, y su injerencia en un nivel de desigualdad. Conllevando a una disminución de sectores productivos, que por lo general eran beneficiados por sus trabajos calificados. Provocando una barrera comercial, social, económica y política que aseguren la cadena del negocio exportable.

2.2. LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

“Ecuador ha sido un país agroexportador que ha mantenido una participación desproporcionada en las exportaciones de monocultivos tropicales. Ha dependido de las importaciones para la obtención de bienes industriales y de la agricultura de la serranía para atender la demanda nacional. (...) Las exportaciones petroleras aumentaron dramáticamente durante el boom petrolero, y se impusieron restricciones a las importaciones que, aunque lograron efectivamente una cierta industrialización del aparato productivo, provocaron un sesgo anti exportador para la economía ecuatoriana. (...) Sin embargo, como resultado de una política de apertura comercial en la década de los noventas, el crecimiento de las exportaciones no tradicionales (es decir, exportaciones de productos no petroleros distintos a banano, café, cacao y sus elaborados, camarón, atún y pescado) fue muy importante y coincidió con los esfuerzos realizados en esta década por liberalizar el comercio.” (Ponce & Ramírez, 2005; Pág. 19-20)

Ecuador es un país que por muchos años ha vivido en una dependencia de los hidrocarburos, los mismos que poseen una gran vulnerabilidad, ya que una ausencia de control o una inconciencia de los entes reguladores, afectaría no solo los recursos ecológicos, sino también el área económica y social. Sin embargo, el ámbito petrolero ha sido el auge económico del país, registrando una gran concentración de exportación a diferentes países del mundo. Es necesario señalar que aquella actividad pionera exportadora ha logrado abrir espacio en lograr incorporarse en otras actividades muy diferentes. Entonces la importancia de ser partícipes en un comercio exterior que no involucre el sector petrolero, produce cambios estructurales, debido a los cambios prioritarios en las políticas comerciales ecuatoriana, que debe de impactar en las variadas exportaciones para minimizar la vulnerabilidad.

Las exportaciones no petroleras en el Ecuador, en cada periodo tienen variaciones.

Se analiza las exportaciones de los periodos de enero-abril 2021 y 2022. Es evidente que, en comparación del año anterior, el sector productivo de productos tradicionales ha incrementado 1.635 USD Millones, es decir un aumento del 30,1%.

En las exportaciones petroleras durante el periodo analizado de enero-abril 2021 y 2022. Se registra que solamente ha impactado 1.249 USD Millones, un aumento del 47,0%

Se puede probar en este análisis que la práctica de exportar variedades de productos que no tengan que involucrarse con el petróleo ha repercutido en el ámbito económico. La sociedad se interesa más en ejercer en un mercado que trata de surgir y fortalecerse, y tratar de incidir en el ámbito gubernamental para alcanzar prioridades y dependencias.

La presente perturbación comercial deja en claro sobre las instituciones asentadas a sostener la liberalización de las últimas décadas. El sistema comercial multilateral basado en reglas y los tratados comerciales preferenciales integrales, ya no se pueden dar por sentados.

En América Latina, las naciones con una economía superior a otras, se ha visto envuelto en desacuerdos sobre el comercio. No es menos cierto, que se tiene que reconocer; que en los países latinoamericanos hay mucho que hacer; en reflexionar sobre la experiencia económica. A tal punto que no se visibiliza un repunte de inversión, multilaterales.

“No hay duda de que la región ha avanzado en su desarrollo. Ello se refleja en el avance de la producción por habitante, la mejora en los indicadores de desarrollo humano y la reducción en los niveles de pobreza. Pero este proceso ha sido desigual a lo largo del tiempo y de la geografía regional.” Bertola & Ocampo, 2013; Pag.313)

El crecimiento exponencial de las industrias en América Latina, libera la productividad, mejora las condiciones laborales y las mejoras de vida. Son elementos determinantes como condición de estrategias, para una activación del comercio exterior; incitando a un desarrollo evolutivo de la productividad basada en la experiencia, que conecte entre los países de Latinoamérica un aumento de sus actividades económicas.

2.3. FACTORES QUE INCIDEN EL DESARROLLO EXPORTADOR EN EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL

Factores como bajo nivel tecnológico, baja calidad de producción, falta de estándares y altos costos, falta de crédito, difícil acceso, mano de obra no calificada, producción dirigida y mercado interno. Entre ellos están las políticas y estrategias de desarrollo dentro del sector que son obstáculos. Para expansión internacional o nacional. (Toala, Briones, Menoscal & Moreira, 2019)

Estos tipos de factores negativos inducen a no provocar una buena conexión exportable. Impidiendo una expansión en todos los ámbitos mercantiles, desestabilizando la productividad de los demás sectores de su entorno y desencadenando una devaluación de la producción.

Por esta razón, factores que consoliden este sistema exportable; es necesario, ya que estimula un buen desarrollo inmediato.

Concurrencia: Existencia de un número significativo de competidores con libertad de acceso, de movilidad y de salida en el mercado.

Competitividad: Capacidad de competencia. Posición relativa de la empresa frente a sus concurrencias y aptitud para sostenerla de forma duradera y de mejorarle si es posible.

Ventaja Competitiva: Habilidad, recurso, conocimiento, posición o atributo que posee una empresa de lo que carecen sus competidores o poseen en menor medida, que hace posible defender o mejorar su posición competitiva.

Fuerza competitiva: Acción o circunstancia que se integra en la estructura competitiva del sector en que actúa la empresa, y que influye en la formalización y desarrollo de su estrategia." (Becerra & Pérez, 2015; Pág. 4)

Es objetivo desarrollar competitividad en una era muy exportable, la que permite sostener la productividad, apoyándose así los países en sus diversas

actividades de producción. Es claro que todos los países que practican la exportación e inclusive dentro de sus países, las empresas de producción, buscan innovar. De esa forma se consolidan en posicionarse dentro del mercado, para mantenerse en la elite comercial. Hallar recursos superiores a las competencias, es una habilidad destacada para prevalecer enfocados a un comercio exterior. Este tipo de accionar, hace figura una estrategia clara de anticiparse a las necesidades, y ser productivamente eficaces a una escala de nivel internacional y porque no nacional.

3. ACUERDOS COMERCIALES DEL ECUADOR CON EL MUNDO

Direccionar en una permanencia de política que dinamice el comercio internacional es fundamental y principal para un país, de ahí nace el alcance de promover los acuerdos comerciales; que se encamine a un dicho objetivo.

“En el caso de Ecuador este tipo de instrumentos no pasan por alto. Nuestro país cuenta con varios acuerdos vigentes que, de una u otra manera, dependiendo del objetivo comercial que se quiere alcanzar, han sido suscritos para cumplir con propósitos comerciales de común acuerdo.” (subgerencia de programación y regulación dirección nacional de integración monetaria y financiera , 2019)

Es visible que tener acuerdos comerciales se transforma a nivel internacional una repercusión positiva en los países, para mejorar un desenvolvimiento económico y preponderante; para alcanzar un mejor trato que beneficie a los sectores comerciales.

3.1. El acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea

El acuerdo comercial UE-Ecuador, que entró en vigor en 2017, ha vuelto a demostrar su naturaleza beneficiosa para todos al registrar un aumento del 16 % en

el comercio bilateral en 2021 en comparación con 2020 (4.966 millones de euros). En cuanto a las exportaciones, la UE también está comprometida con la calidad y regularidad de los productos importados de Ecuador. El 80% de las importaciones de la UE al país fueron principalmente bienes de capital y tecnología agrícola, lo que estimuló directamente el sector manufacturero de Ecuador. Mientras tanto, la balanza comercial con Ecuador se mantiene sólida, con un superávit comercial con la UE de 1.401 millones de euros en 2020, frente a los 551 millones de euros del año anterior. (Europea, 2022)

El comercio exterior es una de las actividades que mayor impacto tiene en el crecimiento económico de un país. Sobre esta base, Ecuador ha dado paso a un acuerdo comercial con la Unión Europea. Con más de 500 millones de consumidores, alto poder adquisitivo y la capacidad de estimular el crecimiento de las exportaciones, este mercado tiene un impacto significativo en el crecimiento económico, contribuyendo al desarrollo y bienestar de todos los ecuatorianos, si se establecen las políticas públicas adecuadas para aprovechar de los beneficios y oportunidades que promete su adhesión.

3.2. ACE entre Ecuador y Guatemala (Acuerdo de Complementación Económica)

Las negociaciones se basan en ampliar las preferencias arancelarias para alrededor de 150 productos adicionales de sectores como bebidas, textiles, frutas y productos procesados, confitería, libretas, papel, snacks y metalurgia. Como tal, subraya que los destinos centroamericanos representan oportunidades para exportar productos no tradicionales y de valor agregado a partir de insumos manufactureros ecuatorianos.

El contrato actual ofrece 614 productos que representan el 83% de las exportaciones totales de Ecuador a este mercado. Esta tasa aumenta al 89% una vez que se logra la primera expansión.

Las negociaciones están en curso desde 2019 y se reanudaron este año en el marco de las discusiones técnicas sobre acceso a mercados y orígenes bilaterales, encabezadas por los respectivos viceministros de Comercio Exterior de Ecuador y Guatemala, Daniel Regarda y Edith Flores.

Para la entrada en vigencia del Acuerdo, el Comité Gestor del Acuerdo presentará los resultados de las negociaciones a los Gobiernos para que realicen sus respectivos trámites internos con miras a su ratificación. (Ecuador, 2021)

3.3. AAP CE CANMERCOSUR (Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica)

El 18 de octubre de 2004 se firmó un tratado de libre comercio entre Colombia, Ecuador (miembro de la Comunidad Andina), Venezuela y los países miembros del MERCOSUR. Las negociaciones entre la Comunidad Andina y Mercosur se iniciaron el 16 de abril de 1998 con la firma de un acuerdo marco sobre el establecimiento de las aguas. Libre comercio entre la Comunidad Andina y Mercosur.

En el marco de este acuerdo, es necesario fortalecer el proceso de integración latinoamericana a través de la celebración de acuerdos abiertos a la participación de otros Estados Miembros a fin de alcanzar los objetivos establecidos en la Convención de Montevideo de 1980. La Asociación de Asociaciones Latinoamericanas de Integración (ALADI), que permite la conformación de un amplio espacio económico. Las entidades económicas deben contar con reglas claras y predecibles para el desarrollo del comercio y la inversión a fin de facilitar una participación más activa en las relaciones económicas y comerciales entre los Estados miembros del Mercosur y los Estados miembros de la Comunidad Andina. (Ministerio de economía y finanzas, 2019)

4. MARCO LEGAL

TITULO I

SICE - LEY DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES

DEL AMBITO Y OBJETO DE LA LEY

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto regular y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, promover el uso efectivo de los recursos productivos del país y promover el desarrollo. Sostenibilidad, integrando la economía ecuatoriana con la economía internacional y contribuyendo a mejorar el bienestar de su gente.

Art. 2.- El término "Sector de Comercio Exterior" significa un grupo de organizaciones y agencias del sector público, organizaciones del sector privado, personas físicas o jurídicas dedicadas a la formulación e implementación de la política de comercio exterior en bienes, servicios y tecnologías que desarrollan o se relacionan con el comercio exterior, con excepción de las exportaciones de hidrocarburos que el Estado ecuatoriano realice y continúe realizando, con sujeción al ordenamiento jurídico que lo rija.

TITULO II

DE LOS PRINCIPIOS Y DISPOSICIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE ESTA LEY

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones.

El Estado diseñará y ejecutará sus políticas en esta materia conforme a los siguientes lineamientos:

a) Asegurar la libertad para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación y para facilitar la gestión de los agentes económicos en esta materia;

b) Fomentar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo de crecimiento cada vez mayor y sostenible;

c) Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial de tecnología y servicios para beneficio de la producción exportable del País;

d) (sic) Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para satisfacer adecuadamente la demanda interna y externa, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en consideración las exigencias del comercio mundial en lo que respecta a la preservación del medio ambiente;

e) Promover el crecimiento y diversificar las exportaciones de bienes, servicios y tecnologías;

f) Asegurar que la producción local sea competitiva internacionalmente de acuerdo con prácticas justas y equitativas de libre comercio. Para tal efecto, los gobiernos nacionales tomarán acciones específicas para asegurar la efectiva defensa y cumplimiento de los convenios internacionales y acuerdos comerciales de los que el país sea parte;

g) Impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento de las exportaciones e inversiones;

h) Promover mediante estímulos e incentivos la inversión directa, nacional y extranjera, los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y

multilaterales que amplíen la inversión y faciliten las transacciones externas del País; e,

i) Prevenir y combatir los efectos negativos de la aplicación de prácticas desleales de comercio sobre la producción nacional.

Art. 4.- El Estado garantiza la necesaria congruencia entre la política de comercio exterior, fiscal, tributaria, monetaria, crediticia, cambiaria, de desarrollo económico y social, y demás ajustes pertinentes.

Art. 5.- Se consagra el principio de neutralidad fiscal, para asegurar transparencia en el desenvolvimiento de las actividades de exportación, importación e inversión.

Art. 6.- Se prohíbe cualquier práctica o disposición administrativa o económica que limite la libre competencia o impida el desarrollo del comercio externo e interno y la producción de bienes y servicios, sin perjuicio de las prohibiciones o limitaciones que se impongan de manera excepcional, en virtud de la dispuesto en el literal i) del artículo 12 de esta Ley y en el artículo 63 de la Ley de Régimen Monetaria y Banco del Estado. No obstante, podrán aplicarse medidas correctivas en los casos contemplados en la normativa de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Art 7: El Estado garantiza, en el marco de lo dispuesto en la Constitución y los tratados internacionales suscritos y aprobados, la libre competencia en los servicios de transporte internacional de pasajeros y carga, y contribuye a su eficacia mediante procedimientos que faciliten su desarrollo.

Art. 8.- Las exportaciones están exoneradas de todo impuesto, salvo las de hidrocarburos. Las importaciones no estarán gravadas con más impuestos que los derechos arancelarios, en caso de ser exigibles, el impuesto al valor agregado, el impuesto a los consumos especiales, los derechos compensatorios o antidumping o la aplicación de medidas de salvaguardia que con carácter temporal se adopten para prevenir prácticas comerciales desleales en el marco de las normas de la OMC, según corresponda y las tasas por servicios efectivamente prestados.

Art. 9.- La presunción de veracidad de lo declarado en las transacciones de exportación, será la base para cualquier trámite ante los organismos y entidades del sector público.

Para la determinación del valor declarado en las exportaciones de productos ecuatorianos no sujetos a la fijación de precios mínimos referenciales FOB se observará la normativa que contempla la OMC a este respecto. El registro de las operaciones de Comercio Exterior en el Banco Central del Ecuador tendrá fines exclusivamente estadísticos. Nota: Artículo reformado por Art. 127 No. 3 de Ley No. 99, publicada en Registro Oficial 359 de 13 de Julio de 1998.

CAPITULO II

DEL ORGANO EJECUTOR DE LA POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES

Art. 15.- El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca tiene a su cargo la planificación, dirección, control y ejecución de las políticas de comercio exterior de bienes, servicios, tecnología, funciones de integración e inversión directa que la ejercerá en estrecha coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, y coordinar con las entidades del Sector público y del sector privado que conforman el sector Comercio Exterior, contribuyan a la debida ejecución de dichas políticas en el ámbito de sus respectivas competencias.

a) Elaborar y presentar al Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, por iniciativa propia o a pedido de dichos organismos y sus informes técnicos que incluyen recomendaciones para la adopción de políticas por parte de la agencia;

b) participación en foros y organismos comerciales internacionales y en procesos de negociación bilateral y multilateral en materia de comercio exterior, integración e inversión directa, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y otras

carteras de Estado; c) Vigilar el cumplimiento de las normas y procedimientos en materia de comercio exterior e inversiones;

g) Recopilar, producir y divulgar informes y estadísticas sobre comercio exterior e inversiones, así como promover y coordinar con las entidades competentes sistemas de información económica y comercial para apoyar la gestión de los productores y exportadores del País y el desarrollo del comercio exterior;

h) Estudiar y evaluar los servicios de apoyo al comercio exterior de bienes, servicios y tecnología con el fin de proponer y coordinar las acciones para mejorar la competitividad internacional de la producción local;

i) Preparar, en coordinación con el Consejo Nacional de Desarrollo y el COMEXI, los planes de promoción a las exportaciones e inversiones, los cuales formarán parte del Plan Nacional de Desarrollo;

j) Organizar y establecer, en coordinación con los órganos competentes, un Sistema Nacional de metrología, normas técnicas, normas sanitarias, certificación de calidad; y, acreditar a los laboratorios para control y emisión de certificados o registros sanitarios y de calidad.

TITULO IV
DE LA PROMOCION

CAPITULO I

**DE LA PROMOCION NO FINANCIERA DE LAS EXPORTACIONES
E INVERSIONES DIRECTAS**

Art. 17.- Para la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, en el País y en el extranjero, estructurase el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, que estará integrado por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, y su red externa, el Servicio Comercial mediante su representación en aquellas ciudades que ameriten funciones de negociación en política comercial, y la colaboración del Servicio Exterior, por medio de sus Embajadas o Misiones Diplomáticas.

La organización, funcionamiento, instrumentos y mecanismos de coordinación del Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, serán reglamentados por el Presidente de la República, mediante Decreto Ejecutivo, a propuesta del Consejo de Comercio Exterior e inversiones.

Art. 18.- Como parte constitutiva del Sistema Ecuatoriano de

Promoción Externa establecerse, con domicilio en la ciudad de Guayaquil, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones cuyas siglas serán CORPEI, como persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro, con patrimonio y fondos propios, cuyo funcionamiento se regirá por lo dispuesto en el Título XXIX del Código Civil y por su estatuto aprobado por el Presidente de la República, en el cual constará su organización administrativa. Será responsable directo del diseño e implementación de la promoción no financiera de exportaciones

e inversiones tanto en el País como en el exterior. Su gestión contará con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, el Servicio Comercial y los órganos del Servicio Exterior ecuatoriano, según lo disponga el reglamento que se dicte para tal efecto y los convenios que se suscriban.

(Registro Oficial Suplemento 82. Ley 12 (Vigente), 1997)

CAPÍTULO II

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

2.1 Variables de la investigación

Variable dependiente

- Producción exportable de aguacate (mercado mundial).

Variable independiente

- Factores internos y externos

Operacionalización de variables

Variable dependiente				
Variables	Dimensión	Descripción	Indicadores	Instrumentos
Producción de aguacate	Productividad del sector mundial entorno a la exportación del aguacate	Economía	Productividad comercial	Documentos y revisiones
			Demanda de mercado	Estadísticas
			Producción de aguacate	Entrevista a experto en exportación
Variable independiente				
Variables	Dimensión	Descripción	Indicadores	Instrumentos
Exportación de aguacate	mercado mundial del aguacate	Exportación y la relación con el mercado internacional	Apertura de mercados internacionales.	Documentos y revisiones
			Estándares que requiere el mercado mundial.	Entrevista a experto en exportación

Tabla 1 Variables

Elaborado por: Nicole Belén García Gutiérrez

2.2. Enfoque de la Investigación

En el presente trabajo se implementó el enfoque cualitativo la cual estudia “la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.” (Pérez, 2007)

De la misma forma el trabajo resulta ser cuantitativo, debido a la estrategia investigativa que recopila datos, tales como valoraciones de producción y exportación, para detallar estadísticamente respuestas al problema.

A través de este enfoque se procurará establecer una hipótesis acerca del tema a investigar, el cual creará escenarios reducidos a variables, sino que se considerará como un todo. Se estudia al mercado mundial, en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran, acerca de la incidencia en la producción exportable de aguacate.

Con la ayuda de un análisis exhaustivo del mercado mundial, pero con un énfasis en la exportación de aguacates, sabiendo que la producción y comercialización de aguacate es una nueva alternativa para reiniciar la economía agrícola, ya que se puede acceder a los precios del mercado local. Este cultivo también permite transformar los medios rurales y diversificar los cultivos, por lo que este rubro se convierte en estratégico para una gran industria en mediano y largo plazo.

2.3. Tipo de investigación

2.3.1. Investigación Descriptiva

En general, en la investigación descriptiva se describe y analiza el desarrollo del sujeto a nivel social, es decir, las características de un determinado fenómeno o lugar, con referencia a lo saliente del sujeto. Con fines descriptivos, como Hernández et al. (2019), donde señala que una encuesta descriptiva “busca investigar y recolectar información de manera independiente o colectiva sobre los tipos o niveles de una o más variables en una población” (p. 155).

Las investigaciones descriptivas, a diferencia de otro tipo de investigaciones, realizan su estudio sin alterar o manipular ninguna de las variables del fenómeno, limitándose únicamente a la medición y descripción de las mismas. Adicionalmente, es posible realizar pronósticos futuros, aunque son considerados prematuros o básicos.

El estudio se enfoca en la producción exportable de aguacate ecuatoriano en el mercado mundial, por lo que se va a describir a los principales productores a nivel mundial y su nivel de producción. Se muestra por medio de estadísticas los mayores consumidores de aguacate y sus tendencias de crecimiento, para de esta forma poder determinar los mejores y posibles mercados para el Ecuador.

2.3.2. Investigación explicativa

Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y no experimentales.

Se llevaba a cabo para investigar de forma puntual un fenómeno que no se había estudiado antes, o que no se había explicado bien con anterioridad. Su intención es proporcionar detalles donde existe una pequeña cantidad de información.

Mediante el método explicativo se dará a conocer los factores que inciden en la exportación del aguacate en el mercado mundial, e ir conociendo las escalas de los mercados que este producto va alcanzando y cuanto futuro puede tener en este sector de producción.

2.4. Periodo y lugar de investigación

El periodo donde se realiza la investigación es el segundo semestre de 2022, el lugar en específico es en las provincias de Santa Elena y Quito.

2.5. Universo y Muestra de la investigación

Para la presente investigación, el universo estará enfocado en las empresas productoras y exportadoras de aguacate en el Ecuador. El muestreo empleado es no probabilístico por conveniencia, considerando a las empresas que estuvieron de acuerdo en participar del estudio, las cuales fueron INTERANZA, ubicada en la ciudad de Quito, provincia del Pichincha. Fue participe IRUBITERRA ubicada en la Cordillera de los Andes, a 18 km de la línea Ecuatorial, en Quito; provincia del Pichincha. Los estudios también se realizaron en la empresa BDBLogic-fruit, la cual se encuentra en la provincia de Santa Elena.

2.6. Métodos empleados en la investigación

2.5.1. Entrevista

Se entrevistó a las personas indicadas de: CEO del Grupo BDBLogic-fruit (Empresa 1), a los de INTERANZA (Empresa 2), a IRUBITERRA (Empresa 3). Con el objetivo de conocer el profesionalismo con el que trabajan, a fin de mostrar un nivel alto de exportación en el mercado internacional.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 MERCADO DE AGUACATE

3.1.1. Producción de aguacate en Ecuador 2018 – 2021

Es importante realizar el análisis de las exportaciones de aguacate ya que nos permite visualizar como este sector se está comportando en el tiempo, el cual permite que los inversores al tener un crecimiento constante en las exportaciones inviertan en este cultivo, el cual permite generar mano de obra directa e indirecta, dinamiza la economía local u nacional.

Mientras tanto, los datos de FAO (2019), estimaron la producción mundial total de aguacate en 4,1 millones de toneladas, siendo México, Perú e Indonesia los principales productores. Estos tres países representan el 68,4% de la producción total, o 2,8 millones de toneladas por año, mientras que Ecuador y Colombia siendo países de Latinoamérica exportan 5.000 kilos, o 14,76 toneladas.

Ilustración 1 producción de aguacate en toneladas pertenecientes al año 2018, 2019, 2020, 2021

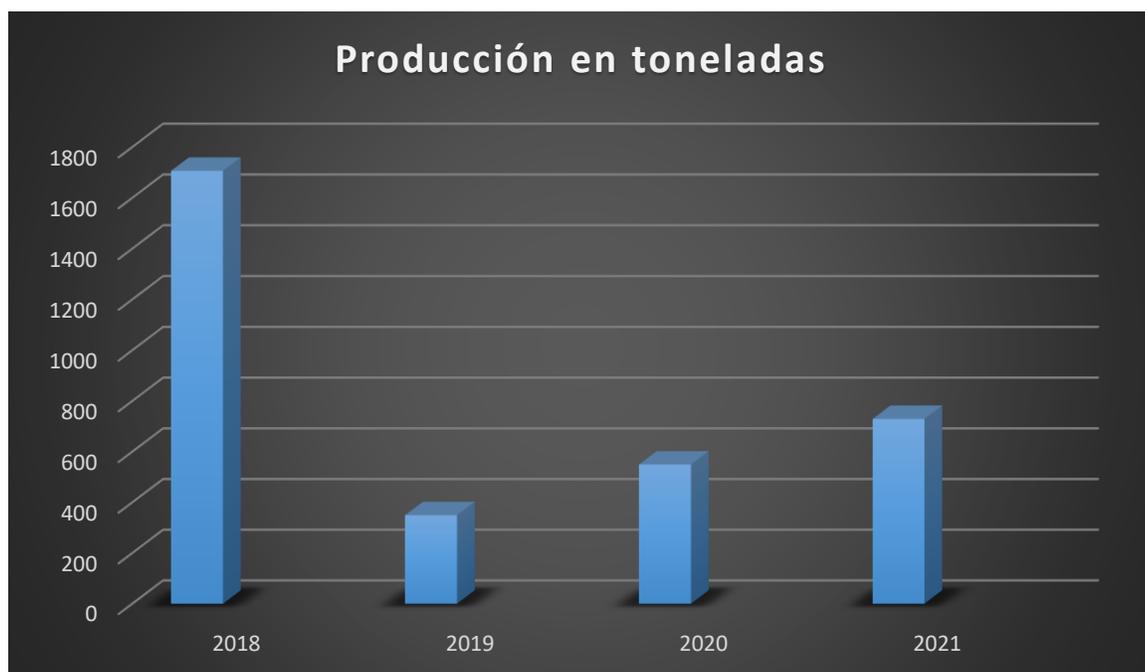


Ilustración 1 Producción aguacate en tonelada.

Elaboración propia con base en Banco Central del Ecuador (2021)

3.1.2. Exportación de aguacate en Ecuador 2017 – 2021

En 2017 se exportaron unos 15.000 kg (14,76 toneladas) de aguacate hass, principalmente a Europa. Para 2021, esa cantidad aumentará a 100.000 kg. Esto corresponde a 98,42 toneladas. Para 2022, se han enviado 150.000 kg o 147,63 toneladas.

En Ecuador se cultiva aguacate en 1.750 hectáreas a nivel nacional, lo que representa a 70 productores repartidos en 16 provincias. De estos productos no tradicionales en 2021 se exportaron más de 600 toneladas en unos 100 envíos (CAMAE camara marítima de comercio, 2022).

El cultivo de aguacate se concentra en la Sierra norte, principalmente en Carchi, Imbabura y Pichincha. Aunque también hay producción en Santa Elena, Los Ríos, Guayas, Tungurahua, Manabí, Esmeraldas, Morona Santiago, Santo Domingo de los Tsáchilas, Azuay, El Oro, Sucumbíos, Chimborazo y Pastaza.

Tabla 2

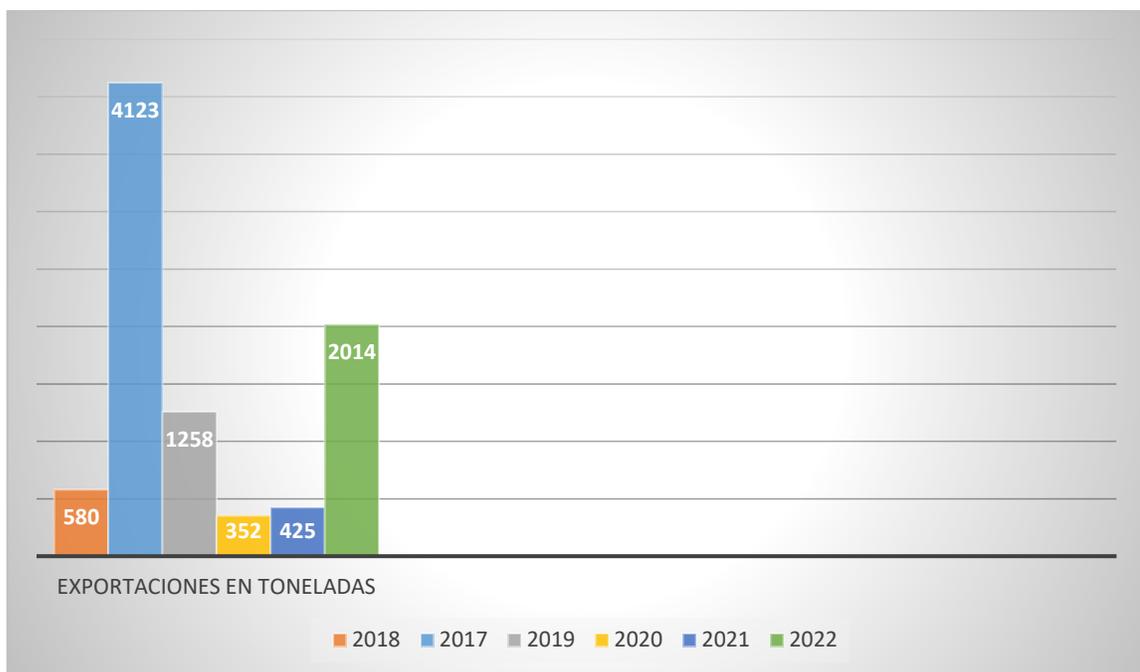
Exportaciones promedio del aguacate entre los años 2018-2022 valoradas en toneladas.

Exportaciones promedio de los años 2018-2022			
Provincias	Plantada	Cosechada	Producción
Tungurahua	1503 T	1265 T	4965 T
Azuay	1365 T	758 T	2901
Chimborazo	19 T		
Los Ríos	31 T	31 T	142 T
Guayas	6 T	2 T	4 T
Manabí	7 T	7 T	13 T
Esmeraldas	7 T	7 T	23 T

Nota. Elaboración propia con base en Alvarado & Vergara (2022)

La exportación de aguacate aumentó pese a la pandemia del Covid-19. Entre 2017 y 2022 se registró el incremento del 76% en los despachos de paltas (aguacate) a distintos destinos en el mundo, pasando de US \$170,7 millones a US \$350 millones en exportaciones (Pro-Ecuador, 2019). Es importante realizar el análisis de las exportaciones de aguacate ya que nos permite visualizar como este sector se está comportando en el tiempo, el cual permite que los inversores al tener un crecimiento constante en las exportaciones inviertan en este cultivo, el cual permite generar mano de obra directa e indirecta, dinamiza la economía local u nacional.

Ilustración 2 Detalle de la exportación de aguacate en toneladas pertenecientes al periodo 2018-2022



Nota. La figura representa las exportaciones de aguacate en toneladas pertenecientes al periodo 2018-2022

Elaboración propia con base en Banco Central del Ecuador (2022)

Actualmente, las exportaciones de aguacate nacional bordean los USD 600.000 al año, según el Banco Central del Ecuador.

3.1.3. Precios de aguacate

En Ecuador se cultivan dos tipos de aguacates: Hass y Fuerte. El primero se produce en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Bolívar, Azuay, Santa Elena y Loja, en aproximadamente 1.200 hectáreas. El cultivo secundario cubre aproximadamente 5.000 hectáreas a nivel nacional.

Precisamente, debido al aumento de la producción. La meta es ampliar el área a 10.000 hectáreas. Además de generar más empleos en el sector, se espera que produzca 15 toneladas por hectárea en cinco años, con un valor FOB promedio de \$262,5 millones para el país.

A nivel mundial, para 2021, se importaron más de 2 millones de toneladas de aguacates por un valor aproximado de \$ 6 mil millones. Los Estados Unidos, Holanda y Francia representan más del 55% de todas las importaciones mundiales. Ecuador produce actualmente 20.995 toneladas de aguacate en una superficie total de 4.653 hectáreas, con una caja valorada en \$42.85, el por kilogramos un valor de \$15.40 según informa el (MAGAP Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021)

Ilustración 3 Precios del aguacate



Elaboración propia con base en MAGAP (2021)

3.1.4. Exportadores mundiales de aguacate

Ilustración 4 Exportadores de aguacate a nivel mundial, promedio de los años 2018 y 2019 en millones de USD



Elaboración propia con base en FAO (2019)

La exportación de aguacate aumentó pese a la pandemia del Covid-19. Entre 2018 y 2019 se registró el incremento del 76% en los despachos de palta (aguacate) a distintos destinos en el mundo, pasando de US \$170,7 millones a US \$350 millones de dólares en exportaciones.

Japón ha aumentado recientemente la demanda de fruta mexicana. El país ocupa el segundo lugar en volumen de compras después de Estados Unidos, que compra el 80% de las exportaciones de México. Actualmente, Australia, Argentina, Letonia y Ecuador se perfilan como destinos potenciales para los aguacates nacionales. México exporta aguacates a muchos países. (OPPORTIMES, 2020)

Justamente, el aguacate sigue siendo una fruta tropical muy demandada en los mercados de En concreto, el aguacate sigue siendo una fruta tropical muy demandada en los mercados de importación, especialmente en Estados Unidos y la Unión Europea, con una producción anual per cápita que alcanzó los 3,1 kg y 1,2 kg respectivamente en 2018.

3.1. Situación de los Productores y Exportadores de Aguacate Ecuatoriano

Para conocer la situación de los productores y exportadores de aguacate ecuatoriano, se realizó una entrevista a 3 expertos ideales sobre el tema, pertenecientes a las dichas empresas ya mencionadas anteriormente, donde se les planteo un formato de 10 preguntas que te permite comprobar tu aportación. En el desarrollo de temas, a través del análisis de sus reacciones.

A continuación, se analizará los resultados obtenidos de la entrevista realizada:

Características socioeconómicas:

	Provincia	Número de trabajadores	Años de funcionamiento
EMPRESA 1	Santa Elena	93	“Llevamos más de 10 años en la exportación de frutas exóticas, pero en el ámbito del aguacate se

			incursionó en junio del 2021”
EMPRESA 2	Pichincha	1400 agricultores asociados y 150 trabajadores de Interanza.	“Interanza, es una empresa familiar que nace de una necesidad en la pandemia y posteriormente luego de acudir a muchas ferias internacionales junto con mis socias, en Junio del 2021 se logra concretar Interanza”
EMPRESA 3	Pichincha	30	“Irubpiterra es una propiedad familiar desde hace 4 generaciones sin embargo, fue pionero en el cultivo de aguacate HASS desde el 2017”

Como se puede visualizar, en esta plantilla da una referencia clara, de que la mayor producción regional de aguacate; se encuentra en la sierra. Sin embargo, el tiempo de funcionamiento no se desmerece por la regionalidad. Si no por contribuir a un desarrollo en la economía del país, poniendo en práctica las experiencias de sus colaboradores en las empresas.

Producción de los últimos 3 años

EMPRESA 1 “En nuestro caso, empezamos con la exportación de Aguacate desde el año 2021, nuestro primer envío fue de 21.000 Kg”

EMPRESA 2 “En el año 2021 se logró exportar 21500 kilos de aguacate Hass, para que puedan ser comercializados en los países bajos.”

EMPRESA 3 “En nuestra producción anual estimada tenemos la siguiente información.
Año 2020 una producción de 175.000 kg
Año 2021 una producción de 200.000 kg
Año 2022 esperamos terminar con una producción de 350.000 kg”

Teniendo en cuenta lo mencionado por los entrevistados se hace una referencia a un estudio de la exportación de aguacate realizado por (INIAP, 2021) Los estudios muestran que cuanto mayor sea la densidad de siembra de aguacate en el cultivo de aguacate, mayor será el rendimiento por unidad de área, mejor será la calidad de la fruta y más facilidades de manejo.

Países a los que exporta

EMPRESA 1 España.
El entrevistado aseguro que es el único país donde se han enfocado para dar a conocer su producción.

EMPRESA 2 Actualmente contamos con más de 20 países a los que exportamos, entre los principales están: Colombia, EE.UU, Canadá, España, Chile, Alemania.

EMPRESA 3 Algeciras (España), Rotterdam (Países Bajo), Le Havre (Francia), Hamburgo (Alemania), Amberes (Bélgica), South Hampton (Inglaterra).

El entrevistado indico estos destinos, como lugares a exportar por parte de su empresa.

A medida que el mercado europeo del aguacate está en transición, las exportaciones de Ecuador aumentan constantemente y los aguacates continúan siendo populares debido a sus propiedades nutricionales, lo que convierte a Ecuador en un actor clave en este sector, tanto en términos de desarrollo como de nuevos cultivos exportado a muchos países de América del Sur, Europa, América del Norte y otros países con mercados de consumo potenciales.

Reto que deben de superar los productores ecuatorianos para incrementar la exportación del aguacate

EMPRESA 1 “Los factores para incrementar la exportación sería extender la producción con más hectáreas de terreno y a su vez implementar un sistema de riego adecuado, para así exportar más productos.”

EMPRESA 2 “Uno de los retos en el sector agrícola es cambiar la manera de pensar en sembrar solamente aquellos cultivos comunes, es tiempo de probar nuevas áreas agrícolas, tales como el aguacate, ya que la demanda de este fruto es alta y existe una gran

perspectiva de exportación, lo cual sería provechoso para la economía de los productores.”

EMPRESA 3

“Los retos a superar, es el ámbito comercial. La cual se debe disponer a un colaborador en negociar las exportaciones y a su vez plantear una buena logística y transporte de los productos, para afirmarnos en el mercado internacional, para que los resultados sean positivos“

Además de lo indicado por los entrevistados los productores tienen que afrontar una posible desertificación del suelo. Para ello algunos han implementado sistemas de riego eficientes, que sostengan la salud del suelo; así, alcanzan los estándares que se requieren para exportar a bloques comerciales, como la Unión Europea, que exigen reducción de la huella de carbono causada por la agricultura. (CEPAL, 2018)

Mercados extranjeros con oportunidades para la exportación del aguacate

EMPRESA 1 Asia, Estados Unidos, Colombia.

EMPRESA 2 Japón, Australia, China.

EMPRESA 3 China, Australia, Canadá

De igual forma, el estudio de Álvarez et al. (2021) tienen porcentajes similares en sus resultados sobre el desarrollo de las exportaciones de paltas en los últimos años, el documento destaca la cálida acogida que han tenido los aguacates en los mercados europeos. No solo a Europa sino al resto del mundo aumento significativo de las exportaciones en el Mercado internacional.

3.2.1. Factores que afectan la producción y exportación del aguacate ecuatoriano.

De acuerdo con lo indicado por los entrevistados, los factores que afectan son: las políticas exigentes para exportar a distintos destinos del mundo, debido al cumplimiento de los registros aduaneros, que les resultan tediosos. Otros de los factores son las plagas, que invaden en el sector agropecuario; afectando la producción. A más de eso, la desatención en este sector por parte del estado.

La demanda internacional del aguacate es extremadamente alta para la Asociación, y uno de los factores que afectan al momento, son en el área de cultivo, ya que carece de una ubicación ideal para la producción. Por eso es necesario que todos estos productores, se unan para satisfacer la demanda internacional y aumentar las exportaciones de aguacate a mercados sostenibles.

En cuanto a los incentivos recibidos de las instituciones públicas, se ha confirmado que estas organizaciones están implementando proyectos para estos productores, y si logran los resultados establecidos en el programa, recibirán una contribución total para el cultivo de cultivos. Puede recibir hasta 100 % de su inversión asignado de acuerdo al número de hectáreas que posee cada productor (Briones, 2018).

También se están realizando cursos de capacitación para conocer más a fondo las técnicas agrícolas que se deben utilizar para obtener los productos de calidad que demanda el mercado internacional. El objetivo de estas capacitaciones es garantizar que todos los fabricantes tengan productos en las mismas condiciones. A pesar de ser cultivado en diferentes regiones del Ecuador, tener un producto estándar nos permite evitar malas prácticas y técnicas agrícolas, violaciones a estándares internacionales de calidad, o plagas que afecten la producción y, por lo tanto, el 70% de la producción nacional se puede destinar al mercado internacional. (INTAGRI, 2020)

De manera general, se deben aplicar mejores mecanismos para la producción de aguacate, así como estudios de mercado a nivel nacional para que

se pueda ampliar el área de cultivo de aguacate ya que el aguacate es una fruta de gran consumo, sugirió que se implemente: Europa y Asia. Esto significa que como productor de conferencias y seminarios que contribuyen al desarrollo de la comunidad, puede obtener un poco más de ayuda como productor para desarrollar las ideas que necesita para aumentar sus exportaciones. Por lo tanto, esta rotación Arias et al. (2018) en un artículo titulado Dynamics of the Global Avocado Market, presenta resultados similares a la investigación actual para los principales competidores de Ecuador, como Perú, Colombia y México, los mayores exportadores de EE. UU.

El Ecuador registró por concepto de exportaciones de aguacate un valor de 350 millones de dólares americanos, generado por un total de 4.850 Tm de fruta. El año 2011 fue el período que registró un mayor nivel de exportación, el mismo que tuvo un incremento del 10 % respecto al año anterior. Desde el año 2011 hasta el 2015, se puede observar en la Figura 8. Una variación negativa en la cantidad exportada, especialmente en el 2015, donde se registró un 32% menos que el año anterior, tuvo una fuerte caída en producción dado la presencia de una plaga Barrenador de ramas a su vez el problema se agudizo por el cambio climático como lo señala.

Para el año 2016 existe una recuperación del 51% de las exportaciones como se detalla en la Figura 8. Dicho fenómeno sucede porque se abre el mercado de la Unión Europea y el mercado Asiático, donde también las políticas de gobierno se centran en apoyar a la producción de frutas no tradicionales, con la apertura de créditos a bajas tasas de interés, capacitación técnica y mejora genética de las semillas que permiten tener un mayor rendimiento por hectárea producida, para el año 2018 se llegó a exportar 850 toneladas de aguacate lo que significo en ingresos en dólares de 350 millones para ese año, con un crecimiento de las exportaciones en 18% como se observa en la Figura.

4.1. FODA DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL AGUACATE

Tabla 3 FODA

Elaboración propia

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">➤ Producto de buena calidad➤ Alta demanda➤ Políticas del gobierno que apoyan la producción de frutos no tradicionales.	<ul style="list-style-type: none">➤ Baja producción de aguacate➤ Poco incentivo por parte del gobierno para promover las exportaciones.➤ Precios volátiles.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">➤ Variedad de países a los cuales se exportará➤ Apoyo comercial local e internacional.	<ul style="list-style-type: none">➤ Competencias extranjeras

Tabla 4 FODA

Elaboración propia

Es importante identificar los 4 factores, que conlleva a sacarle provecho al tema; y explorar en cada una de las etapas.

El punto fuerte del aguacate es su aceptación en los mercados mundiales, que lo ha convertido en uno de los productos con alta demanda, dejando una convicción positiva, que ha captado la atención gubernamental, apegándola a proyectos exportables, como un potencial producto, a pesar de no ser un fruto no tradicional; la calidad del aguacate es auténtica. Sin embargo, el poco interés del

gobierno en impulsar con beneficios a las empresas exportadoras ha provocado como efecto negativo; el interés de adquirir más territorio para una producción abundante de aguacate. Apegado a esto es la inexactitud de establecer un precio en la que el productor se vea favorecido.

Aunque los obstáculos dentro de un mercado mundial, en el ámbito del aguacate no ha sido la excepción, las competencias extranjeras frenan y limitan el avance del desarrollo exportable, por tal razón nacen oportunidades para abrir camino en diferentes destinos, y a su vez lograr un apoyo significativo; que permita que el consumidor elija el aguacate ecuatoriano, de buena calidad.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.2. Problema identificado

El factor es la limitación de una oferta exportable que incide en la productividad, al no contar con una producción formidable de aguacate que perjudica la obtención de esta fruta, afectando de forma financiera a las empresas ecuatorianas que se dedican a esta labor principal durante años.

Debido a que la previsión y la demanda que crea lo convierten en el mayor productor mundial de aguacates al importar, los productores de aguacates ecuatorianos no cumplen con las expectativas, ya que la demanda no se satisface debido a la producción de varias hectáreas.

4.3. Objetivo

- Establecer estrategias en los agentes involucrados en la exportación de aguacate, para establecerse en los mercados mundiales con la finalidad de obtener rentabilidad en las empresas ecuatorianas, y a su vez alcanzar beneficios gubernamentales que provocarán el desarrollo del país en el ámbito de exportación.

4.4. Propuesta

Con acceso a los precios del mercado local, la producción y comercialización de aguacate son nuevas opciones para impulsar la economía agrícola.

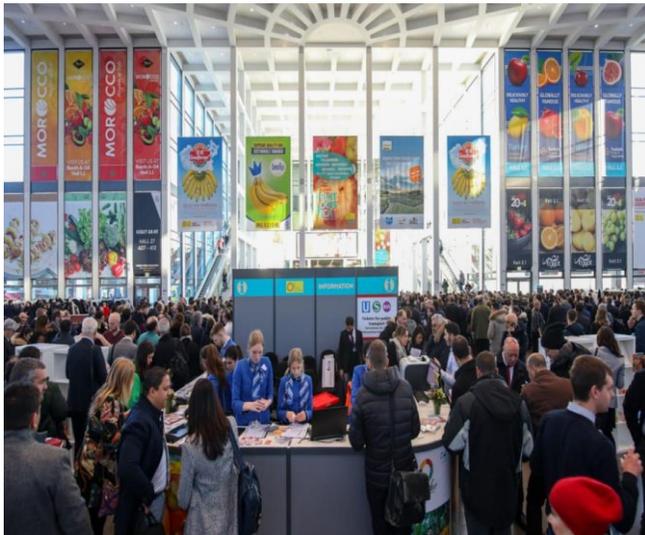
Este cultivo también permite transformar los medios rurales y diversificar los cultivos, por lo que este rubro se convierte en estratégico para una gran industria en mediano y largo plazo.

En nuestro país se cultiva cinco variedades de aguacate, guatemalteca, Hass, Booth 8, Tonnage y Choquete, la producción de estas variedades ha aumentado impulsado por la exportación a Europa, principalmente al Reino Unido,

España y los Países Bajos. Según la Cámara de Comercio del Ecuador (CCE) (2017), en 2016 se exportaron 18.200 t, frente a las 5.543 t de 2015, lo que representó un incremento del 241%. (Alomoto & Huaca, 2018)

4.4.1. Mayor incorporación en la feria Fruit Attraction

Una de las grandes estrategias que se debe utilizar es una mayor participación del comercio de aguacate ecuatoriano en la feria Fruit Attraction en Madrid, organizada en España por IFEMA MADRID y FEPEX desde el año 2009, en la ha



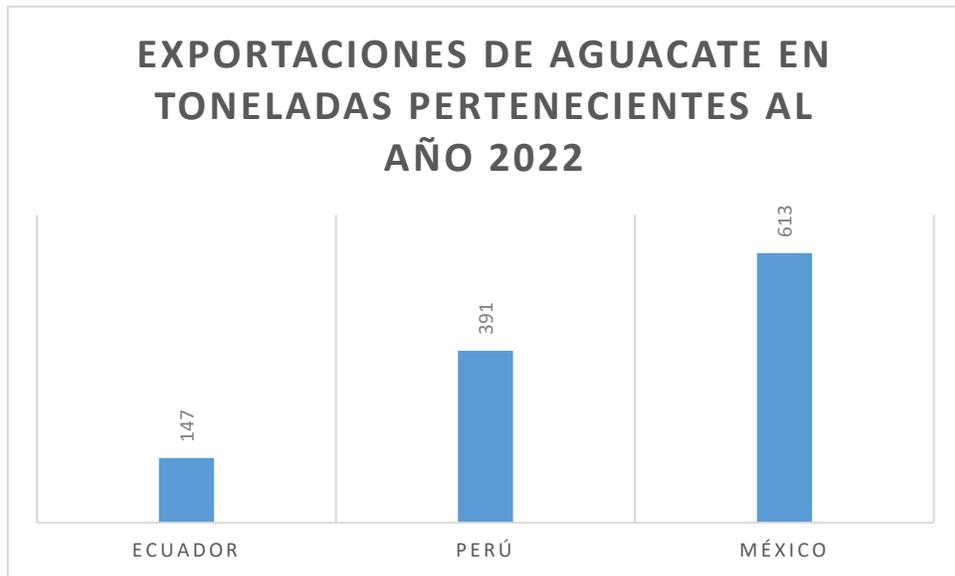
causado un impacto positivo en la cual, en la actualidad cuenta con la participación de 1.800 empresas y 133 países del mundo, estando entre estos países latinoamericanos como: Perú, Chile, Brasil, Colombia, México, Argentina, Costa Rica, entre otros. quienes están entre los de mayor promoción de productos del sector hortofrutícola, que convoca a

alrededor de 90.000 clientes y compradores de todo el mundo.

El evento se desarrolla del 4 al 6 de octubre de cada año. Este debe contar con la mayor presencia del sector frutícola ecuatoriano, con alrededor de 50 empresas participantes, llegando a ser el mayor stand del recinto.

Además, se propone, causar un impacto en estos eventos internacionales, dando a conocer la calidad del aguacate ecuatoriano, a su vez captando clientes potenciales, de gran importancia para la economía como los son en: Estados Unidos, Japón, China, Italia, entre otros.

Ilustración 5 Exportaciones de aguacate en toneladas pertenecientes al año 2022



Nota: elaboración propia

Dentro de este grafico podemos observar que hay una competitividad de países potenciales en la exportación del aguacate en la feria. Es interesante comparar para tomar medidas necesarias óptimas, que conlleve abrir nuevos mercados para alcanzar un resultado positivo. Dentro de estas participaciones son importante alcanzar acuerdos internacionales, que abre puertas a consolidar un destino exportable, la cual no solo se dará a conocer el producto a los consumidores, sino que provocará que más empresas ecuatorianas participen y deseen captar la atención de más países, con los aguacates ecuatorianos. Sin duda que aquello permitirá en la sociedad ecuatoriana un incremento en la matriz productiva con la mejora en la calidad laboral e incremento de puestos de trabajo.

Divulgaciones de planes para una mejora en la exportación.

Una de las formas para mejorar la exportación son los programas empresariales que brinda PROECUADOR, los cuales favorecen en confiabilidad, a cuyas empresas como: BDBLogic-fruit, INTERANZA, IRUBITERRA, para que estén interesadas en estar al tanto del producto. Logrando acceder por este tipo de plataformas una asistencia oportuna de aperturas de mercados que beneficien a las empresas y al país.

Los servicios de programas empresariales como: Programa ProTic (Uruguay); que promueve la internalización para mejorar la exportación. Programa DESIGNEXPORT (Brasil); ofrece herramientas de exportación e inversión.

Es interesante definir en planes logísticos de un estudio de mercado, derivado en oportunidades comerciales. Conllevando a que el producto del aguacate posea las adecuadas certificaciones de calidad, potencializando el producto junto al etiquetado para el fortalecimiento operacional de los procesos exportables a fin que el consumidor amplíe una empatía con el producto, logrando de esa forma el posicionamiento en el mercado mundial.

Así mismo se busca mucha más incorporación de las empresas exportables de aguacate, sabiendo que se pretende plantear una propuesta de exportación del aguacate al mercado exterior, para conocer la viabilidad de introducción de este producto en los mercados con mayor sustentabilidad puestos este producto aporta amplios beneficios para la salud los cuales mencionamos anteriormente estos son aspectos nutricionales importantes, encargados de regular los sistemas respiratorios, nervioso, y regular el contenido de colesterol en el organismo.

Hoy, la importancia del buen funcionamiento de las relaciones internacionales de desarrollo, políticas, comerciales y culturales a nivel mundial es fundamental para lograr un desarrollo nacional común. Ningún país puede pretender ser autosuficiente, y sin la ayuda y el apoyo de otros, incluso los países más ricos necesitan recursos escasos y, a través de negociaciones y acuerdos globales, llenan necesidades y carencias en otros

países. Una buena estrategia es internacionalizar su intercambio. Este no es un logro económico reciente. Tras la especialización y el intercambio, es el primer paso hacia la internacionalización.

Conclusiones

El proyecto de investigación asumió como objetivo analizar los factores que inciden en la oferta exportable del aguacate ecuatoriano en el mercado mundial. Respondiendo a la pregunta problemática mencionada en el anteproyecto, se concluyó que para alcanzar tal éxito en producción y comercialización de aguacate en el Ecuador, es de vital importancia empezar a producir de forma intensiva y tecnificada con nuevos sistemas de siembra que permitan tener más plantas por hectáreas, el cual permitirá convertirse en un país competitivo en la producción y exportación de aguacate, además de lograr la ventaja competitiva al tener micro climas, la calidad de la textura, el sabor y su producción de todo el año en los valles interandinos serán una de sus fortalezas para crecer en este tipo de rubro, por lo tanto, es importante con miras al futuro invertir en este sector productivo.

El éxito que ha logrado Ecuador en las exportaciones de aguacate en los últimos años es por el trabajado en conjunto, entre el sector público y el privado, donde el compromiso de los productores y exportadores es fundamental para cumplir con las medidas sanitarias que los mercados internacionales imponen, ya que estos han sido uno de los factores que intervenían en las exportaciones hacia el mercado internacional.

En cuanto a los objetivos específicos, se pudo identificar que el comportamiento de la exportación de este tipo de aguacate según el precio, peso neto, frecuencia por año de la exportación países y medidores de transporte según aéreo, marítimo o terrestre de los últimos 5 años, donde se observa que Ecuador recién está incrementando su exportación de aguacate hacia el exterior desde el 2019.

Por lo tanto, es importante la participación de los consumidores; que induce a entender la limitación existente del producto del aguacate. Por tal motivo es necesario, determinar un compromiso en el mercado mundial, con la finalidad que

las empresas exportadoras de aguacate ecuatoriano, tenga un crecimiento progresivo óptimo, y abarque los sectores demandantes.

Es sustancial establecer estrategias oportunas y favorables, que direccionen a una exportación de aguacate ecuatoriano rentable en el mercado mundial, y beneficiosa en el desarrollo del país. Logrando establecer este accionar, que conlleva sin duda alguna a saciar la necesidad del consumidor. Y a su vez, causa un impulso en la economía agrícola.

Se efectuó una encuesta en sitios bibliográficos, libros y revistas, analizamos los principales impedimentos, identificamos sus características, mejoramos este proceso y entramos en el mercado español. Puede aumentar las exportaciones y aumentar las ventas, beneficiando tanto a los productores de aguacate como a los consumidores de todo el mundo.

Recomendaciones

Por esta razón, se recomienda realizar una investigación de mercado exhaustiva. Por tal motivo, se sugiere implementar estrategias que se puedan concretar a través de esta investigación, para mejorar las exportaciones del Ecuador a los mercados globales. Ecuador anuncia que el país cuenta con frutas y verduras autóctonas que contienen beneficiosas propiedades nutricionales.

Es recomendable que los productores de aguacate deben asistir a congresos, cursos, seminarios o talleres que contribuyan a mejorar sus cultivos. Esto mejora el rendimiento en términos de calidad del producto final y propiedades organolépticas. Esto ha llamado la atención de los clientes, y lo siguen consumiendo por la buena calidad del aguacate.

A su vez es recomendable ser partícipes de proyectos empresariales, que promueven conocer las nuevas herramientas de exportación, e inclusive de importación, que se direccionan a; afianzarse en el ámbito internacional.

Un acercamiento preponderante; entre las empresas exportadoras de aguacate ecuatoriano y el gobierno, conllevaría a una gestión eficaz y útil, que obtendría la confianza de aquellos; que quieren alcanzar un trato bilateral. Con la finalidad de obtener beneficio provechoso para ambas partes.

Se recomienda aplicar las observaciones y recomendaciones establecidas en Factores Relacionados con las exportaciones de aguacate del Ecuador a Mercados Extranjeros. Por ello, mejorar el control de las exportaciones y aumentar las ventas de estos productos para darlos a conocer en nuevos mercados y beneficiar a los trabajadores.

Bibliografía

- Alberto, G. R. (2005). COMERCIO EXTERIOR Y CRECIMIENTO ECONOMICO, REVISION DE LA TEORIA Y LA EVIDENCIA EMPIRICA. *Revista Academica e Institucional de la U.C.P.R.*, 53.
- Alomoto, E., & Huaca, J. (2018). análisis comparativo de la oferta exportable de aguacate HASS en la CAN ha-cia España- Unión Europea. *Revista Virtual Universi-dad Católica del Norte*, 22-35. Obtenido de <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/424/444>
- Becerra, F., & Perez, A. (2015). EVALUACIÓN DE FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD PARA UN GRUPO DE RUBROS EXPORTABLES EN CIENFUEGOS. *EKOTEMAS REVISTA DE CIENCIAS ECONOMICAS* , 4.
- Bertola, L., & Ocampo, J. A. (2013). *EL DESARROLLO ECONOMICO DE AMERICA LATINA DESDE LA INDEPENDENCIA* . México: Editorial CFE.
- Dayni, P., & Pedro, R. (2016). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Revista Dominio de las Ciencias*, 420.
- Cisneros, J. F. (10 de septiembre de 2012). PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE AGUACATE DE LA ZONA DE GUAYLLABAMBA HACIA EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA”. Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/873/1/Gord%c3%b3n%20Cisneros%2c%20Jos%c3%a9%20Fernando.pdf>
- FAO, O. d. (2012). Obtenido de <https://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/509141/>

- Hernández, R. F. (2019). Metodología de la Investigación. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Herrera, J. V. (1 de julio de 2022). El aguacate ecuatoriano es un 'boom' en el mercado extranjero. Obtenido de <https://www.yara.com.ec/noticias-y-eventos/noticias-ecuador/el-aguacate-ecuadoriano-es-un-boom-en-el-mercado-extranjero/>
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2012). *Economía Internacional Teoría y Política*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Kuntz Ficker, S. (2020). *LA PRIMERA ERA EXPORTADORA*. México: Sextil Online S.A.
- MINISTERIO DE PRODUCCION, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA. (SENPLADES-MEF-MDT-001-2019). ESTATUTO ORGANICO DE GESTION ORGANIZACIONAL POR PROCESOS DEL MINISTERIO DE PRODUCCION, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA.
- Moreira, M., & Stein, E. (2019). *DE PROMESAS A RESULTADOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL*. Caribe: BID (Banco Interamericano de Desarrollo).
- (MAG), M. d. (13 de Junio de 2020). Aguacate Hass puede generar. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/aguacate-hass-puede-generar-mas-300-millones-de-dolares-por-exportacion/>
- Oleas, J. (2010). COMERCIO EXTERIOR Y DESARROLLO. *La Tendencia. Revista de Análisis Político.*, 29.
- Oscar, B. (1991). *TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*. Barcelona: Tesys, SA.
- Pérez, B. y. (2007). Enfoque cualitativo. Obtenido de https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

Ponce, J., & Ramirez, D. (2005). *Comercio Exterior: Alternativas para Ecuador*. Quito: Editorial ABYA-YALA 1era Edición.

PREBISCH, R. (2012). EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA AMERICA LATINA Y ALGUNOS DE SUS PRINCIPALES PROBLEMAS. *NACIONES UNIDAS - CEPAL*, 6-7.

Registro Oficial Suplemento 82. Ley 12 (Vigente). (1997). *LEY DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES*. Quito: Registro Oficial Suplemento 82.

SCI . (06 de JUNIO de 2022). *SUBSECRETARÍA DE CALIDAD E INOCUIDAD* . Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/06/CAMARONERAS-GR-06062022-1.pdf>

SUBGERENCIA DE PROGRAMACIÓN Y REGULACIÓN DIRECCIÓN NACIONAL DE INTEGRACIÓN MONETARIA Y FINANCIERA . (2019). *BOLETÍN INFORMATIVO DE INTEGRACIÓN ECUADOR Y LOS ACUERDOS COMERCIALES*. Quito: Boletin31°.

SUBGERENCIA DE PROGRAMACIÓN Y REGULACIÓN DIRECCIÓN NACIONAL DE INTEGRACIÓN MONETARIA Y FINANCIERA . (2020). *BOLETÍN INFORMATIVO DE INTEGRACIÓN* . Quito: Boletin 36°.

ANEXOS

Anexo 1

FORMATO DE ENTREVISTA



Cuestionario de preguntas para entrevista con experto del sector de producción exportable de aguacate.

1. ¿Cuánto ha producido en los últimos 3 años?
2. Exporta su producción
3. Países a los que exporta
4. Ubicación de la planta exportadora
5. Número de trabajadores
6. Años de funcionamiento
7. ¿Qué aspectos definen su decisión de incrementar su producción de aguacate?
8. ¿cuáles son los principales obstáculos que ha tenido que enfrentar en la producción y exportación del aguacate?
9. ¿cuál es el reto que deben de superar los productores ecuatorianos para incrementar la exportación del aguacate?
10. ¿cuáles son los mercados extranjeros con oportunidades para la exportación del aguacate?

Anexo 2

Entrevista: Ing. Javier Dávalos, Gerente general del Grupo BDBLogic-fruit.

1) ¿Cuánto ha producido en los últimos 3 años?

En nuestro caso, empezamos con la exportación de Aguacate desde el año 2021, nuestro primer envío fue de 21.000 Kg

2) ¿Exporta su producción?

Sí

3) ¿Países a los que exporta?

Europa, España.

4) ¿Dónde está ubicada su empresa?

Santa Elena.

5) ¿Cuál es el número de trabajadores de su empresa?

Somos una empresa familiar, sin embargo, incluyendo al personal administrativo, de logística y los obreros, somos alrededor de 93 personas los que conformamos BDBLogic.

6) ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su empresa?

Llevamos más de 10 años en la exportación de frutas exóticas, pero en el ámbito del aguacate se incursionó en junio del 2021.

7) ¿Qué aspectos definen su decisión de incrementar su producción de aguacate?

Uno de los aspectos que nos conlleva a continuar con el incrementar la producción, se basa a que las tierras dentro del país son fértiles para el agroexportador, y la calidad de clima permite a tener una ventaja en el mercado exportador.

8) ¿Cuáles son los principales obstáculos que ha tenido que enfrentar en la producción y exportación del aguacate?

Para exportar hay que pasar por el filtro de seguridad aduanero, la misma que implique en una nulidad de cualquier tipo de virus. Uno de los retos más grande a la hora de exportar es luchar contra la Rosellinia, es un hongo perteneciente al Xylariaceae, estas provocan la pudrición en las plantas.

9) ¿Cuál es el reto que deben de superar los productores ecuador para incrementar la exportación del aguacate?

Los factores para incrementar la exportación seria extender la producción con más hectáreas de terreno y a su vez implementar un sistema de riego adecuado, para así exportar más productos.

10) ¿Cuáles son los mercados extranjeros con oportunidades para la exportación del aguacate?

Asia, Estados Unidos, Colombia.

Anexo 3

Entrevista: Ing. Dennise Alarcón, Gerente general de INTERANZA.

1) ¿Cuánto ha producido en los últimos 3 años?

En el año 2021 se logró exportar 21500 kilos de aguacate Hass, para que puedan ser comercializados en los países bajos.

2) ¿Exporta su producción?

Sí

3) ¿Países a los que exporta?

Actualmente contamos con más de 20 países a los que exportamos, entre los principales están: Colombia, EE. UU, Canadá, España, Chile, Alemania.

4) ¿Dónde está ubicada su empresa?

Nuestra planta está ubicada en la ciudad de Quito y nuestras oficinas en las calles Padre Luis Garzón y Albán Calderón.

5) ¿Cuál es el número de trabajadores de su empresa?

Nosotros contamos con más de 1.400 agricultores quienes están asociados para que nuestro producto como lo es el Aguacate sea exportado, sin embargo, como empleados de Interanza somos más de 150 trabajadores.

6) ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su empresa?

Interanza, en una empresa familiar que nace de una necesidad en la pandemia y posteriormente luego de acudir a muchas ferias internacionales junto con mis socias en junio del 2021 se logra concretar Interanza.

7) ¿Qué aspectos definen su decisión de incrementar su producción de aguacate?

Uno de los aspectos que hemos evaluados para la producción del aguacate, ha sido la región. El sitio donde nos ubicamos, reúne las condiciones ecológicas y edafológicas, que prometen en un índice alto de rendimiento productivo del aguacate.

8) ¿Cuáles son los principales obstáculos que ha tenido que enfrentar en la producción y exportación del aguacate?

Uno de los obstáculos que se presentan, es el obtener productos fitosanitarios, debido a su valor tan alto. Eso nos permite prevenir cualquier plaga y enfermedad. Aquello nos permite la obtención del certificado fitosanitario, para mejorar la experiencia de exportación.

9) ¿Cuál es el reto que deben de superar los productores ecuator para incrementar la exportación del aguacate?

Uno de los retos en el sector agrícola es cambiar la manera de pensar en sembrar solamente aquellos cultivos comunes, es tiempo de probar nuevas áreas agrícolas, tales como el aguacate, ya que la demanda de este fruto es alta y existe una gran perspectiva de exportación, lo cual sería provechoso para la economía de los productores.

10) ¿Cuáles son los mercados extranjeros con oportunidades para la exportación del aguacate?

Japón, Australia, China.

Anexo 4

Entrevista: Ing. Diana Freile, Gerente general de IRUBITERRA.

1) ¿Cuánto ha producido en los últimos 3 años?

En nuestra producción anual estimada tenemos la siguiente información.

Año 2020 una producción de 175.000 kg

Año 2021 una producción de 200.000 kg

Año 2022 esperamos terminar con una producción de 350.000 kg

2) ¿Exporta su producción?

Sí

3) ¿Países a los que exporta?

Europa, Algeciras, Rottertham, Le Havre, Hamburgo, Amberes, South Hampton.

4) ¿Dónde está ubicada su empresa?

La Plantación está ubicada en la Cordillera de los Andes, a 18 km de la línea Ecuatorial.

5) ¿Cuál es el número de trabajadores de su empresa?

Actualmente Irubítterra cuenta con 30 personas dedicadas a trabajar con amor en el cultivo de aguacate HASS.

6) ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su empresa?

Irubítterra es una propiedad familiar desde hace 4 generaciones, sin embargo, fue pionero en el cultivo de aguacate HASS desde el 2017.

7) ¿Qué aspectos definen su decisión de incrementar su producción de aguacate?

Analizamos las condiciones climáticas para la producción. También es importante examinar el suelo, basado en estudios; para saber qué tipo de nutrientes posee, para nuestros cultivos.

8) ¿Cuáles son los principales obstáculos que ha tenido que enfrentar en la producción y exportación del aguacate?

Uno de los obstáculos que se enfrenta siempre en el ámbito agrícola, son las distintas enfermedades a los frutos, ya que se vuelven una limitante en nuestro ámbito de producir aguacate.

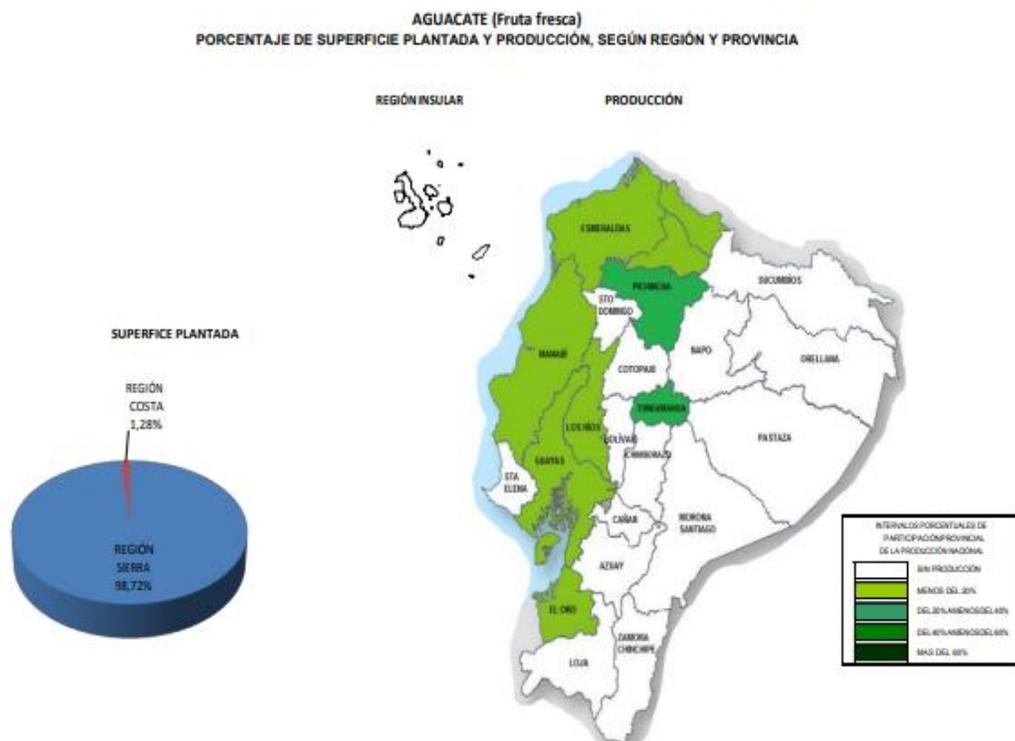
9) ¿Cuál es el reto que deben de superar los productores ecuator para incrementar la exportación del aguacate?

Los retos a superar, es el ámbito comercial. La cual se debe disponer a un colaborador en negociar las exportaciones y a su vez plantear una buena logística y transporte de los productos, para afirmarnos en el mercado internacional, para que los resultados sean positivos.

10) ¿Cuáles son los mercados extranjeros con oportunidades para la exportación del aguacate?

China, Australia, Canadá

Anexos 5



Superficie, producción y venta del aguacate, según región y provincia

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016)

REGIÓN Y PROVINCIA	SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)	
	Plantada	Cosechada			
TOTAL NACIONAL	5.579	3.615	16.118	15.385	
REGIÓN SIERRA	5.507	3.567	15.934	15.346	
REGIÓN COSTA	71	48	185	39	
REGIÓN SIERRA					
CARCHI	Solo	1.166	692	2.751	2.696
	Asociado	198	66	144	138
CHIMBORAZO	Solo	19	.	.	.
	Asociado
IMBABURA	Solo	941	371	2.593	2.432
	Asociado	131	51	89	67
PICHINCHA	Solo	1.150	817	4.467	4.267
	Asociado	393	305	926	843
TUNGURAHUA	Solo	1.353	1.165	4.452	4.404
	Asociado	156	100	513	501
REGIÓN COSTA					
ELORO	Asociado	1	1	3	.
ESMERALDAS	Solo	7	7	23	23
GUAYAS	Solo	2	2	4	4
	Asociado	4	.	.	.
LOS RÍOS	Solo	31	31	142	.
MANABÍ	Asociado	7	7	13	12
SANTA ELENA	Solo	19	.	.	.

Anexo 6

Tabla 5

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016)