



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC**  
**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**TÍTULO:**

El uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo en España.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Emprendimiento y desarrollo empresarial

**MODALIDAD DE TITULACIÓN:**

Proyecto de investigación

**CARRERA:**

Administración de empresas con énfasis en negocios internacionales

**TÍTULO A OBTENER:**

Licenciatura en administración de empresas con énfasis en negocios internacionales

**AUTOR:**

RUIZ VÉLEZ HOMERO SEBASTIÁN

**TUTOR:**

Msc. Fernando Cevallos Ruales

**Guayaquil – Ecuador**

**2022**

## CERTIFICADO DE REVISIÓN FINAL

---



ANEXO N° 14

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

Samborondón, 27 de julio de 2022

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

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: EL USO DEL COMERCIO EXTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA EXPORTACIÓN DE ACHOTILLO EN ESPAÑA 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: RUIZ VÉLEZ HOMERO SEBASTIÁN, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

**ATENTAMENTE,**

**Mgtr. FERNANDO CEVALLOS RUALES**

**Tutor(a)**

# CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE COINCIDENCIA DE PLAGIO



## CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado Fernando Cevallos Rúaes, tutor del trabajo de titulación " EL USO DEL COMERCIO EXTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA EXPORTACIÓN DE ACHOTILLO EN ESPAÑA" elaborado por Homero Sebastián Ruiz Vélez, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ENFASIS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 5% mismo que se puede verificar en el siguiente link: <https://secure.arkund.com/view/134893062-334026-863106#/> Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.

### Original

#### Document Information

Analyzed document	EL USO DEL COMERCIO EXTERIOR FINAL.docx (D141359609)
Submitted	6/28/2022 1:32:00 AM
Submitted by	
Submitter email	horuiz@est.ecotec.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	fcevallos.ecotec@analysis.arkund.com

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'F. Cevallos Rúaes', is written over a horizontal line.

**FIRMA DEL TUTOR**  
**Mgr. FERNANDO CEVALLOS RUALES**



**ANEXO N°16**

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

Samborondón, 08 de julio de 2022

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

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: EL USO DEL COMERCIO EXTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA EXPORTACIÓN DE ACHOTILLO EN ESPAÑA 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: RUIZ VÉLEZ HOMERO SEBASTIÁN, 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. FERNANDO CEVALLOS RUALES**

Tutor(a)

## Índice

CERTIFICADO DE REVISIÓN FINAL .....	2
CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE COINCIDENCIA DE PLAGIO .....	3
Índice .....	5
Índice de Tablas .....	8
Índice de Gráficos .....	9
RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
Planteamiento del problema .....	13
Variables de la investigación.....	14
Operacionalización de variables .....	14
Objetivos .....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos .....	15
Justificación .....	15
CAPITULO I .....	17
Marco teórico.....	17
1.1.    Antecedentes teóricos.....	18
1.2.    Análisis del achotillo.....	20
1.2.1.    Generalidades del producto .....	20
1.2.2.    Categoría del achotillo .....	22
1.2.3.    Beneficios del achotillo.....	23
1.2.4.    Situación en el mercado internacional .....	24
1.2.5.    Situación en el Ecuador .....	27
1.3.    Comercio exterior .....	28
1.3.1.    Clasificación del Comercio Internacional .....	30
1.3.2.    Características del Comercio Internacional .....	31
1.3.3.    Regulaciones para el comercio.....	32
1.3.4.    Estrategias para competir en los mercados no tradicionales .....	32
CAPITULO II .....	34

<b>Marco Metodológico</b> .....	34
<b>2.1. Tipo de investigación</b> .....	35
<b>2.2 . Población y Muestra</b> .....	36
<b>2.3 Técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	37
<b>2.4 . Procedimiento de la investigación</b> .....	38
<b>Capitulo III.</b> .....	39
<b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....	39
<b>3.1 Resultados</b> .....	40
<b>1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza relacionada con el achotillo?</b> .....	40
<b>2. ¿Ha realizado actividades de exportación hacia la Unión Europea?</b> .....	41
<b>3. ¿Considera que existe un mercado potencial para la exportación del achotillo?</b> 42	
<b>4. ¿Considera que las entidades gubernamentales deberían participar en la exportación de achotillo?</b> .....	43
<b>5. ¿Qué indicadores considera que contribuyen en mejorar la oferta exportable del achotillo?</b> .....	44
<b>6. ¿Considera que existe demanda de achotillo en el mercado de España?</b> .....	45
<b>7. ¿Considera importante la implementación de estrategias para la exportación de achotillo?</b> .....	46
<b>8. ¿Considera necesario que los productores de achotillo se asocien para fortalecer la exportación?</b> .....	47
<b>9. ¿Considera que el comercio exterior es una herramienta para la exportación de achotillo?</b> .....	48
<b>3.2 Análisis de resultados</b> .....	49
<b>Capitulo IV.</b> .....	50
<b>Propuesta de uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo hacia España.</b> .....	50
<b>4.1 Generalidades de la propuesta</b> .....	51
<b>4.2 Análisis del Mercado de España.</b> .....	51
<b>4.2.1 Factores demográficos</b> .....	51
<b>4.2.2 Condiciones económicas</b> .....	51
<b>4.2.3 Principales exportadores desde América Latina hacia España</b> .....	52
<b>4.3 Análisis del acuerdo comercial Ecuador- UE</b> .....	53
<b>4.4 Análisis FODA</b> .....	54

<b>4.5</b>	<b>Marco legal.....</b>	<b>56</b>
<b>4.5.1</b>	<b>Constitución de la Republica.....</b>	<b>56</b>
<b>4.5.2</b>	<b>El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (COPCI). ...</b>	<b>56</b>
<b>4.5.3</b>	<b>Ley de Régimen Tributario Interno. ....</b>	<b>57</b>
<b>4.5.4</b>	<b>Normativa de estandarización.....</b>	<b>57</b>
<b>4.6</b>	<b>Comercio exterior para la exportación de achotillo.....</b>	<b>58</b>
<b>4.6.1</b>	<b>Estándar de calidad para exportación.....</b>	<b>58</b>
<b>4.6.2</b>	<b>Legislación Aduanera.....</b>	<b>59</b>
<b>4.6.3</b>	<b>Requisitos específicos para el ingreso del achotillo a España.....</b>	<b>61</b>
	<b>Conclusiones.....</b>	<b>63</b>
	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>64</b>
	<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>65</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>69</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	14
Tabla 2: Ficha Técnica de agricultura del achotillo .....	21
Tabla 3 Tratamiento arancelario otorgado por la Unión Europea a Perú .....	25
Tabla 4: Población y muestra .....	37
Tabla 5: Rol del proceso comercial del achotillo. ....	40
Tabla 6: Experiencia comercial del achotillo con la UE.....	41
Tabla 7: Expectativa del mercado potencial del achotillo.....	42
Tabla 8: Participación de entidades gubernamentales para la exportación .....	43
Tabla 9: Indicadores para mejorar la oferta exportable del achotillo .....	44
Tabla 10: Expectativa de demanda del achotillo en el mercado español.....	45
Tabla 11: Importancia de estrategias para la exportación de achotillo.....	46
Tabla 12: Importancia de asociación de productores para la exportación de achotillo .....	47
Tabla 13: Uso del comercio exterior para la exportación de achotillo .....	48
Tabla 14: Comercio de España.....	52
Tabla 15 Importaciones de España de las frutas frescas.....	53
Tabla 16: Análisis FODA.....	54
Tabla 17: Descripción de la partida arancelaria del achotillo .....	59



## Índice de Gráficos

Gráfico 1 Rol del proceso comercial del achotillo.....	40
Gráfico 2 Experiencia comercial del achotillo con la UE. ....	41
Gráfico 3 Expectativa del mercado potencial del achotillo .....	42
Gráfico 4 Participación de entidades gubernamentales para la exportación.....	43
Gráfico 5 Indicadores para mejorar la oferta exportable del achotillo .....	44
Gráfico 6 Expectativa de demanda del Achotillo en el mercado español.....	45
Gráfico 7 Importancia de estrategias para la exportación de achotillo .....	46
Gráfico 8 Importancia de asociación de productores para la exportación de achotillo .....	47
Gráfico 9 Importancia de asociación de productores para la exportación de achotillo .....	48
Gráfico 10 Pasos para registro como exportador.....	60
Gráfico 11 Pasos para exportar productos desde Ecuador.....	62

## RESUMEN

El comercio exterior ha permitido mejorar la competitividad, la diversificación en la comercialización de productos y dinamizar las exportaciones hacia nuevos mercados, contribuyendo a la economía mundial y nacional. Sin embargo, la reciente emergencia sanitaria, los cambios climáticos extremos y el conflicto bélico en Europa, han evidenciado la necesidad de alimentos con elevados aportes nutricionales en mercados potenciales, lo que obliga a productores y exportadores ecuatorianos a mejorar la oferta de frutos no tradicionales. Este trabajo de investigación tiene como **Objetivo**: Determinar el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo a España en el periodo de 2019-2021, utilizando una **Metodología**: Tipo mixta (Cualitativa y Cuantitativa), ya que se analizan datos estadísticos y publicaciones científicas con información relevante sobre la comercialización internacional del achotillo, lo que permite elaborar una propuesta de exportación del achotillo hacia España. **Conclusión**: En Ecuador, los productores y exportadores tienen una alta expectativa en el acuerdo comercial para exportar productos no tradicionales, pero se requiere de capacitación, inversiones e impulsar estrategias como la asociación productiva para la exportación de achotillo hacia nuevos y potenciales mercados.

## **ABSTRACT**

Foreign trade has made it possible to improve competitiveness, diversify the marketing of products and boost exports to new markets, contributing to the global and national economy. However, the recent health emergency, extreme weather changes and the war in Europe have highlighted the need for foods with high nutritional content in potential markets, forcing Ecuadorian producers and exporters to improve the supply of non-traditional fruits. This research work has as Objective: To determine the use of foreign trade as a tool for the export of achotillo to Spain in the period of 2019-2021, using a Methodology: Mixed Type (Qualitative and Quantitative), since statistical data and scientific publications with relevant information on the international commercialization of the achotillo, which allows the elaboration of a proposal for the export of the achotillo to Spain. Conclusion: In Ecuador, producers and exporters have high expectations in the commercial agreement to export non-traditional products, but training, investments and promoting strategies such as the productive association for the export of achotillo to new and potential markets are required.

## INTRODUCCIÓN

La recesión económica inducida por la pandemia de COVID-19 provocó una gran disminución del comercio mundial a inicios del año 2020, seguida de una recuperación constante durante en los últimos meses. La pandemia fue un momento de mayor incertidumbre que aumentó el riesgo de las exportaciones enviadas y la falta de entrega de las importaciones, produciendo grandes falencias en las balanzas comerciales de muchos países (Crozet, 2022)

La emergencia sanitaria mundial, puso a prueba la cadena de suministro de alimentos de varios países, las medidas de confinamiento y el incremento de eventos climáticos extremos, evidencio la escasez de alimentos y problemas de nutrición que afecta en gran medida a las poblaciones más vulnerables, según el Informe Global de Nutrición (McCarthy, 2020).

La restringida accesibilidad de la población para algunos alimentos tradicionales y la asequibilidad a frutos saludables o exóticos de alto nivel nutricional ha despertado interés de los consumidores en varias regiones del mundo, convirtiéndose en un verdadero desafío para la producción de manera sostenible y la comercialización de productos no tradicionales.

En Latinoamérica, países como Perú y Honduras cuentan con asociaciones de cultivadores que están rompiendo barreras para el crecimiento de los pequeños productores y facilitando el acceso a los mercados internacionales mediante la búsqueda de nuevos mercados diversificando los productos exportables.

En el Ecuador se evidencian algunas estrategias de parte del sector privado que tienen como propósito fomentar la diversificación de la oferta exportable, pretendiendo subsanar las falencias en la incorporación tecnológica a la producción agrícola, el déficit en el respaldo económico desde el sector gubernamental para emprendimientos productivos y las limitaciones de conocimiento técnico para fomentar la exportación de frutos no tradicionales, lo

que permitiría reducir a largo plazo, la dependencia de país a un producto no renovable como el petróleo.

Entre los productos no tradicionales se encuentra el achotillo que por sus propiedades tiene potencial para convertirse en un producto de exportación a varios mercados como España. Por lo tanto, este trabajo de investigación tiene como propósito determinar el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo a España desde Ecuador en el periodo de 2019-2021.

Este trabajo de investigación es de tipo Cualitativo-cuantitativo ya que se analizan datos estadísticos sobre la situación de las exportaciones, aspectos demográficos de los mercados y opiniones relevantes de los exportadores ecuatorianos sobre las dificultades y ventajas que experimentan en la utilización del comercio exterior para exportación de achotillo a la comunidad europea durante los últimos tres años.

### **Planteamiento del problema**

En el Ecuador existe una gran variedad de productos agrícolas exportables y aportan al crecimiento económico, pero algunos con un gran potencial para ser explotados en mercados internacionales, no se les presta la atención adecuada, lo cual ocasiona que la mayoría de los agricultores y exportadores involuntariamente desconozcan el potencial en ciertos frutos al ser considerados exóticos ya sea por escasos, apariencia o valor nutritivo.

Entre los frutos no tradicionales con menores consideraciones en los planes gubernamentales consta el achotillo, que posee características naturales atractivas, pero aún desconocidas en el mercado local e internacional, sin embargo, es apreciado en algunos mercados, como uno de los frutos más finos del mundo por el agradable sabor y la apariencia que despierta interés en diversos nichos de consumidores. Además, debido a la baja incidencia en el impacto total de la balanza comercial, no cuenta con estudios específicos que expongan la viabilidad de utilización del comercio exterior como herramienta para

colocar esta fruta en nuevos mercados como son los países que conforman la comunidad europea.

En la actualidad, se considera al achotillo, como un fruto de temporada, sin embargo, se lo puede cosechar en un período de cuatro a siete semanas bajo condiciones controladas o específicas, pero considerando que la fruta madura se maltrata fácilmente y tienen una vida útil limitada.

## Variables de la investigación

Variable dependiente

- Comercio exterior

Variable independiente

- Exportación de achotillo

## Operacionalización de variables

*Tabla 1 Operacionalización de variables*

<b>Variable dependiente</b>				
<b>Variab</b>	<b>Descripción</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>Comercio exterior</b>	Es la compra y venta de productos o bienes fuera de las fronteras geográficas de un territorio	Aspecto económico	Clasificación Regulación	Datos Estadísticos
<b>Variable Independiente</b>				
<b>Variab</b>	<b>Descripción</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>Exportación de achotillo</b>	Es una fruta con alto valor nutricional y por su característica tiene alto potencial de exportación	Generalidades Aspectos legales	Categorías Estándares Beneficios Estrategias	Estadísticos Encuesta

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

## **Objetivos**

### Objetivo general

- Determinar el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo a España en el periodo de 2019-2021.

### Objetivos específicos

- Analizar los datos relevantes sobre la producción y comercialización del achotillo.
- Evaluar el uso del comercio exterior como herramienta la exportación de achotillo en España en los últimos tres años.
- Elaborar una propuesta de comercialización para la exportación del achotillo hacia mercados españoles con el uso del comercio exterior.

## **Justificación**

Justificación Teórica. - El achotillo ha sido un producto no tradicional con potencial de exportación y de gran interés en mercados que buscan productos agrícolas que brinden aporte nutricional a sus consumidores (Carvajal et al, 2019)

En este contexto, existen consumidores en búsqueda de mejoramiento global de la salud física y mental, traducida en bienestar personal que incluye elementos como dietas especiales. Otros que buscan nuevas experiencias, que se han hecho tendencias donde los alimentos son producto de placer que destacan los sabores, presentaciones y texturas que aportan a consumidores con un estilo de vida dinámico y aventurero (McCarthy, 2020).

Justificación Práctica. - Las exportaciones ecuatorianas no petroleras llegaron a USD 3.815 millones entre enero y marzo de 2020, lo que significó un crecimiento interanual de 18%, siendo los cinco principales productos de exportación no petroleros del país son precisamente alimentos (Primicias, 2020)

El achotillo es un producto nuevo e innovador en el mercado europeo y se puede emplear en la elaboración de otros productos y la exportación de achotillo, permitirá el desarrollo de nuevas plazas de trabajos a los ecuatorianos y el interés en la utilización en diversas formas del producto, por su versatilidad y bajo costo.

La alimentación saludable son parte de los desafíos de muchos países desarrollados pero que tiene limitada aplicación por la participación en el mercado local de grandes empresas o corporaciones con productos con altas concentraciones en grasas, azúcares y sales, perjudiciales para la salud de sus ciudadanos.

El uso del comercio exterior como herramienta de exportación permitirá a los productores o agricultores disponer de información que viabilice la comercialización de achotillo hacia nuevos mercados como es el español.

Justificación Metodológica. - El presente trabajo es de tipo cualitativo, ya que se analiza los beneficios en el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de productos no tradicionales, que nos permite en forma analizar los actuales requerimientos alimenticios de la población española y correlacionar con las exportaciones ecuatorianas para proponer una ventaja competitiva.



**CAPITULO I**  
**Marco teórico**

## **1.1. Antecedentes teóricos**

El achotillo es una fruta proveniente de Asia tiene buena demanda en el extranjero y Ecuador tiene una gran posibilidad de entrar en el mercado español teniendo como soporte el acuerdo comercial con la Unión Europea que permite entrar al mercado sin aranceles en algunos productos.

Según Marianne Van Steen embajadora de la Unión Europea en Ecuador indica que con el acuerdo comercial los mercados se integraran más y además de lograr una consolidación ampliará la oferta exportable y la diversificación de las exportaciones entre las partes. La Unión Europea es el mayor importador mundial de alimentos, principalmente de países en desarrollo, y, al mismo tiempo, uno de sus principales exportadores (Steen & Saurenbach, 2017).

Sin embargo, existiendo dicho acuerdo los productores de frutos no tradicionales no aprovechan todos los beneficios que este propone por lo que no se le da la atención necesaria de estos frutos exóticos como el achotillo.

Existen muchos países de la región centro-sur de América que comercializan el achotillo a mercados extranjeros y estas exportaciones a lo largo de los años han ido aumentando la demanda tal es el caso de Guatemala que para el 2018, se registró un valor exportado de US\$7.8 millones con un crecimiento de 45% en comparación al año anterior. Los principales países que Guatemala provee achotillo son: Estados Unidos con 71% de participación del total exportado, seguido de El Salvador con 27% y Países Bajos con 1% (SIAP, 2019).

Otro país exportador es México en 2018 las exportaciones del achotillo alcanzaron 4491 toneladas, las ventas nacionales al exterior generaron 3.7 millones de dólares en el mismo año y Estados Unidos destaca como el principal destino comercial del fruto y segundo lugar está Japón con 3.6 millones de dólares (SIAP, 2019)

Las plantaciones se encuentran en muchas regiones tropicales y subtropicales del mundo, como Ecuador, Honduras, Colombia, Trinidad y Tobago y México (Arias & Calvo, 2014). Según el señor Villamarín, agricultor de Quevedo, la siembra en Ecuador comenzó con el traslado de dos alemanes, Federico Von Buchwald y Carlos Gebert, desde Quevedo, Von ocupó Santo Domingo y Gebert a lo largo del río Chippe. Viajaron a Asia y trajeron semillas de varios productos, incluido el achotillo, un árbol frutal que se adapta rápidamente. Actualmente, esta fruta se produce dos veces al año dependiendo del sector En los cantones de Buena fe, Quevedo y Santo Domingo de los Tsáchilas los meses de producción son de febrero a agosto mientras que en la provincia de Esmeraldas en el cantón de la Concordia los meses de producción son de abril a octubre.

En una investigación realizada en Perú, se examinó que el proceso del achotillo y su aporte en la producción nacional satisfaciendo las necesidades nacionales será posible identificar oportunidades en el exterior, potenciando así las exportaciones del achotillo peruano (Virgilio R, 2020).

En un análisis del achotillo como frutas exóticas y la comercialización en Argentina, mencionaron sería apropiado solicitar el apoyo del gobierno para la gestión, el seguimiento y la evaluación del proyecto y como guía para que los productores del achotillo mejoren sus habilidades en relación con las frutas y el comercio internacional y económico.

La fruticultura en el Ecuador no ha recibido la atención que merece, y la mayor parte de la fruta que se produce se obtiene de pequeños terrenos y no de fincas comerciales especializadas; para facilitar la exportación de esta fruta es necesario establecer asociaciones de pequeños productores, con el fin de lograr una producción significativa para el mercado internacional (Defaz, Poma , Veas , & Yépez, 2019).

En el Ecuador se puede cultivar una gran variedad de productos agrícolas debido a la fertilidad del suelo y la diversidad de las zonas climáticas. El achotillo

es una fruta exótica originaria de Asia, específicamente Malasia, en el Ecuador se produce desde 1942, en términos técnicos el género y especie de la fruta achotillo es *nephelium lappaceum* L. y la familia es Sapindeceae (Arias & Calvo, 2014).

## **1.2. Análisis del achotillo.**

El achotillo es una fruta con una carne translúcida, tirando a un suave color rosado, con un sabor ácido –dulce. Las semillas pueden ser venenosas si están inmaduras, ya que tiene cierto grado de alcaloides y la testa (piel sobre la semilla) contiene saponinas y taninos. La grasa en la semilla rinde 37-43% de una grasa blanca que se asemeja a la mantequilla del cacao, cuando se calienta se convierte en un aceite amarillo que tiene olor agradable. El aceite podría ser utilizado en la cocina, para la fabricación de jabón y de velas si se tiene suficiente de cantidad (Sánchez, 2017).

### **1.2.1. Generalidades del producto**

El achotillo proviene del árbol rambután llega alcanzar al menos 3 metros de altura, es escaso que lleguen alturas que supera los 8 metros, tiene aspecto bastante atractivo, las hojas varían entre 10 a 30 centímetros de longitud y 11 divisiones como máximo no alcanza a 15 cm de longitud, las flores son pequeñas de 2 a 2,5 mm sin mostrar pétalos.

El achotillo es una fruta redonda a ovalada de 3-6 cm. (raramente 8 cm) de largo y 3-4 cms de ancho, La piel aquerada es rojiza (raramente anaranjada o amarilla) y cubierta de espinas carnosas, del cual se deriva el nombre ya que en el idioma malayo rambután significa pelos (Sánchez, 2017).

La fruta madura se maltrata fácilmente y tienen una vida útil limitada. Un árbol medio puede producir 4,000-5,000 o más frutas (60-70 kilogramos). Las producciones comienzan en 1.2 toneladas por hectárea en huertas jóvenes y pueden alcanzar 20 toneladas por hectárea en árboles maduros.

Las producciones pueden incrementarse a través de manejo de plantación incluyendo mejoramiento en la polinización y utilización de cultivares compactos de alto rendimiento (Sánchez, 2017).

Según la Normativa Técnica Ecuatoriana (INEN, 2013) establece que el achotillo se obtiene de la Germinación del grano, tratados bajo condiciones específicas.

**Tabla 2: Ficha Técnica de agricultura del achotillo**

<b>Producto</b>	<b>achotillos frescos</b>
<b>Específico:</b>	
Nombre Comercial:	Achotillo, rambután, rambutanes, rampostán
Código CPC V.2:	01399.99.02
Código CIU 4.0:	A0125.09
Código Arancel	0810.90.90.00
2007:	
Código Arancel	0810.90.90.90
2012:	
<b>PROPIEDADES GENERALES</b>	
<b>Descripción:</b>	Al achotillo se le conoce también como el Rambután, proviene del vocablo malayo "rambutí", que significa pelo, por las espinas largas y suaves que cubren la superficie del fruto. El achotillo no es una planta propia del país. Douglas Dreher trajo las semillas desde Indonesia, en los años sesenta, a Santo Domingo de los Tsáchilas.
<b>Usos:</b>	Este fruto se consume exclusivamente fresco y su sabor es entre agrídulce y dulce, con una pulpa muy jugosa.
<b>Magnitud:</b>	Peso
<b>Unidad de Medida:</b>	Kilogramos, gramos
<b>Presentación</b>	Gavetas o cajas de madera
<b>Comercial:</b>	
<b>PROPIEDADES ESPECÍFICAS</b>	
<b>Nombre Científico</b>	Nephelium lappaceum
<b>Clima:</b>	El clima cálido seco es propicio para que los árboles produzcan de mejor forma.
<b>Tipo de</b>	Se puede multiplicar por semilla (sexual), pero generalmente es por injertos (asexual).
<b>Propagación:</b>	

Fuente: (INEC, 2012)

Elaborado por: Ruiz, Sebastian (2022)

### **1.2.2. Categoría del achotillo**

La normativa del CODEX STAN 184-1993 indica que el desarrollo y condición del achotillo deberán ser tales que les permita alcanzar el grado apropiado de madurez fisiológica, de conformidad con las características peculiares de la variedad; soportar el transporte y la manipulación; y llegar en estado satisfactorio al lugar de destino, de forma que puedan madurar satisfactoriamente (FAO, 2005). El achotillo se clasifica en tres categorías, según se definen a continuación:

- Categoría “Extra”

Los rambutanes (achotillo) de esta categoría deberán ser de calidad superior y característicos de la variedad y/o tipo comercial. No deberán tener defectos, salvo defectos superficiales muy leves siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase.

- Categoría I

Los rambutanes (achotillo) de esta categoría deberán ser de buena calidad y característicos de la variedad y/o tipo comercial. Podrán permitirse, sin embargo, los siguientes defectos leves, siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase: un ligero defecto de forma; defectos leves en la piel que en total no excedan el 5% de la superficie del fruto excluyendo los defectos en los filamentos. En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del producto (INEN, 2013).

- Categoría II

Esta categoría comprende los rambutanes (achotillo) que no pueden clasificarse en las categorías superiores, sin embargo, los siguientes defectos, siempre y cuando los rambutanes (achotillo) conserven sus características esenciales en lo que respecta a su calidad, estado de conservación y presentación: defectos de forma; efectos en la piel que en total no excedan el 10% de la superficie del fruto excluyendo los defectos en los filamentos. En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del producto (INEN, 2013).

### **1.2.3. Beneficios del achotillo**

Las propiedades nutricionales del achotillo se caracterizan por el gran aporte de hidratos de carbono con un alto contenido calórico, y nutrientes como la vitamina C que fortalece el sistema inmunológico y sus beneficios son los siguientes:

- Contiene vitaminas del grupo B hidrosolubles como el ácido fólico, que son esenciales para las mujeres embarazadas.
- El potasio es el mineral más abundante, y el magnesio también contribuye en gran medida. La fibra contenida en el achotillo ayuda al tránsito intestinal.
- Aporta vitaminas C, B y ácido fólico, que ayudan en la producción de colágeno. Fortalece los huesos y los dientes, promueve la absorción de hierro de los alimentos y combate las infecciones.
- Buena dosis de energía. Ayuda a aumentar la energía gracias a su nivel de carbohidratos, proteínas y agua.
- Mantiene a buen ritmo la producción de glóbulos rojos y blancos a causa del cobre y manganeso. Y debido a su contenido en hierro, el achotillo ayuda a transportar oxígeno de los pulmones a los tejidos.

#### **1.2.4. Situación en el mercado internacional**

En Honduras, las asociaciones cultivadoras están rompiendo muchas de las barreras que presentaban un obstáculo para el crecimiento de los pequeños productores y su acceso a los mercados internacionales. Ahora, cuentan con personas jurídicas que participan en el proceso, consolidación de volúmenes y un mejor acceso a través de la banca privada para las inversiones en infraestructura. Muchos de estas pequeñas empresas productoras del achotillo no se encuentran asociados, por lo que dependen en su mayoría del mercado informal local y se encuentran sujetos a las variaciones en el precio por el volumen limitado que pueden ofrecer.

El achotillo fue introducido para tierras peruanas por una empresa privada de la selva central, desarrollando un trabajo de investigación de seis a siete años con distintas variedades, pero no ha logrado el despegue de esta fruta en grandes áreas o áreas productivas. Se encuentran en ensayos con mejoramiento de la tecnología para la propagación y adaptación de estas variedades por lo que se está a la espera del desarrollo y los implementos tecnológicos que participan.

La empresa privada de la selva central peruana introdujo el achotillo como parte de un trabajo de investigación durante seis o siete años, con cinco o seis variedades a este momento, pero no ha logrado el despegue en áreas grandes o productivas. Los tienen en ensayos, afinando la tecnología, la propagación y la adaptación de variedades, pero todavía no hay un desarrollo y tecnología, existen un promedio de cinco a siete hectáreas del fruto en tierras peruanas que deja una producción anual de cuatro a cinco toneladas, las que son absorbidas por el mercado limeño inmediatamente de supermercados a precios muy elevados (Daga, 2019).

El tratado de libre comercial entre Perú y la Unión Europea está en vigencia desde el 1 de marzo de 2013, A través de este acuerdo, se apertura los productos altamente sensibles, en el cual tienen una desgravación inmediata del



99,3% de partidas arancelarias las cuales el 95% de líneas arancelarias en productos agrícolas (Gobierno del Perú, 2022).

*Tabla 3 Tratamiento arancelario otorgado por la Unión Europea a Perú*

<b>Margen Preferencial TLC Perú - UE</b>	<b>Ejemplos de Productos con Desgravación Arancelaria Inmediata</b>	<b>Condiciones Especiales de Acceso a UE para Productos Peruanos</b>
<b>Desgravación inmediata (Categoría 0).</b>	Bananos o plátanos orgánicos, mango (convencional y orgánico) y uvas frescas o secas, así como fresas (frutillas) congeladas y cortezas de limón (Citrus Aurantifolia) frescas, congeladas, secas o conservadas.	Ninguna, excepto por las partidas 08030019, 08051020, 08052010, 08052030, 08052050, 08052070, 08052090, 05055010, 08061010, 08081080, 08082050, 08091000, 08092005, 08092095, 08093010, 08093090, 0809400

*Fuente: Gobierno del Perú, Acuerdos comerciales (2022) Elaborado por: Ruiz, Sebastian (2022)*

En la tabla 3, se muestra el margen preferencial que tienen los productos peruanos con desgravación arancelaria inmediata y entre ellos se encuentra el producto del achotillo con la partida arancelaria N° 8010.90.70.00, Este tratado a su vez facilita el comercio, asistencia técnica, fortalecimiento de capacidades y el desarrollo sostenible (Canales, 2020)

Gracias a los esfuerzos estratégicos, las asociaciones de productores del achotillo, la cual brinda servicios de empaquetado y exportación, se han adoptado mejores prácticas en relación con calidad e inocuidad para exportación, cumpliendo con los nuevos lineamientos de los mercados internacionales como los de Estados Unidos (EE. UU.), la Unión Europea y recientemente Japón. Adicionalmente, las organizaciones invierten en centros de acopio en puntos estratégicos en sus comunidades, para preselección para exportación (Rainforest Alliance, 2022).

La Unión Europea sigue siendo el principal mercado mundial de importaciones de frutas tropicales si se tiene en cuenta que en 2005 absorbió el

47% del comercio de frutas tropicales frescas, actualmente se encuentra en desarrollo su uso para la industria mediante el aprovechamiento de la semilla (Comisión Europea, 2006).

A medida que aumentan las oportunidades de intercambio de información y los logros educativos debido a condiciones socioeconómicas, los consumidores se vuelven más informados, lo que conduce a la aparición de determinados grupos de interés de los consumidores, que afectan en gran medida a sus necesidades en materia de bienes y servicios. Estos factores aumentan el interés de los consumidores en productos con características únicas, diferentes, funcionales y otras características específicas para disminuir su interés en la masa homogénea. Las tendencias de mercad también se aplican al sector de alimentos de origen animal, donde se destacan los productos de alta calidad en lugar de los productos masivos de bajo costo y, por ejemplo, los requisitos de protección ambiental, criterios de agricultura orgánica, etc., se han cumplido en la producción de comida (Lucero, 2020).

La liberalización del comercio de alimentos conduce a una competencia intensificada a nivel regional y transnacional. El concepto de competencia suele entenderse como un modelo estratégico que permite que cualquier empresa clasifique a los jugadores más relevantes de la industria. Los científicos extranjeros han descrito ventajas competitivas, enfatizando el papel de una estrategia de nicho y una especialización en servicio de alta calidad y productos de alta calidad para pequeñas empresas especializadas, que se ha convertido en la estrategia de competencia más adecuada para comercializar también productos agrícolas no tradicionales.

A medida que avanza el análisis de clientes, se debe prestar especial atención a los departamentos en los que se encuentra y a los departamentos tradicionales a los que se dirige. Si bien esto puede revelar un camino de crecimiento potencial, la oportunidad de pasar a otros departamentos dentro de la misma empresa no es tan fácil como parece. Por lo general, se necesita un

producto nuevo o modificado para mantener el interés de los consumidores y la posición dentro del mercado.

La clave es identificar aquellos clientes activos que son diferentes, donde se han expandido a otros departamentos, muy probablemente con otro producto. Es probable que tradicionalmente se hayan buscado ciertas geografías con el objetivo de implementar herramientas más agresivas que otras aplicadas. Se considera que siempre es más difícil obtener la primera venta en cualquier mercado nuevo porque es posible que aún no tenga la reputación o el producto desarrollado, por lo que, si ya esto ya se ha hecho, se tiene la oportunidad de trabajar para aprovechar un mercado y un producto que es ya trabajando en esa zona no tradicional.

#### **1.2.5. Situación en el Ecuador**

En el Ecuador hay una gran variedad de productos agrícolas, muchos de esos son exportados y aportan al crecimiento económico, el problema está cuando ciertos productos con un gran potencial para ser explotados a mercados internacionales no se les presta la atención adecuada, que es el caso del achotillo que debido al acceso limitado de información que incentive a la exportación del mismo, esto ocasiona que la mayoría de los agricultores ecuatorianos involuntariamente no vean el potencial en el achotillo, por ser considerado exótico por su escasez y desconocimiento en el mercado, Sin embargo, es apreciado como uno de los frutos más finos del mundo por su agradable sabor y apariencia (Hernandez, 2015).

El Ecuador es conocido como uno de los mejores países exportadores de productos agrícolas en América Latina, estos productos se dividen en dos partes. Los productos primarios o tradicionales tales como el cacao, banano, café, entre otros; Estos han sido considerados como el pilar económico de las exportaciones no petroleras del país en los últimos años, pero en la actualidad las exportaciones de los productos no tradicionales están teniendo una mayor participación en la economía ecuatoriana.

Los productos no tradicionales son aquellos que en los últimos años han tenido una gran acogida en el mercado extranjero como la pitahaya, maracuyá, guanábana, entre otras frutas tropicales (Acosta, María, Giraldo, Vélez, & Fernández, 2021)

El achotillo o Rambután es una fruta exótica estacionaria que se produce dos veces al año dependiendo del sector. En los cantones de Buena fe, Quevedo y Santo Domingo de los Tsáchilas los meses de producción son de febrero a agosto mientras que en la provincia de Esmeraldas en el cantón de la Concordia los meses de producción son de abril a octubre. Aproximadamente el Ecuador cuenta con 55 hectáreas de achotillo en cada hectárea hay 400 árboles con una producción de 15 mil a 30 mil frutos con un total aproximado de 330'000.000 por año (Bravo, 2017). A lo largo de los años se ha ido comercializando de manera local pero no se ha explotado nivel internacional.

Según registro de la (SENAE, 2022) durante el periodo de 2019-2021, se han exportado 1842 kilogramos de achotillo para varios países en forma mayoritaria para el mercado europeo, de los cuales 1560 kilogramos fueron exportados como destino España.

### **1.3. Comercio exterior**

El crecimiento económico se encuentra entre los principales objetivos de cada economía y empresas. Existen diferentes indicadores que se utilizan para medir el desempeño económico y el crecimiento a nivel macroeconómico y microeconómico. Sin embargo, su materia es común, todas las medidas se basan en el valor agregado. En cuanto al desempeño, a nivel de industrias o nivel meso económico, se está interconectando la visión a nivel macro y micro del desempeño económico y se mantiene el principio de valor agregado.

Según la teoría del comercio exterior de los economistas clásicos, el comercio exterior es una de las principales fuentes de crecimiento económico, lo que demuestra que la apertura al comercio tiende a apoyar el crecimiento,

especialmente el crecimiento, y la apertura a la inversión extranjera apoya el ritmo de la innovación. El comercio exterior afecta el nivel del producto interno bruto del país, así como el desempeño de las industrias y empresas. La balanza de comercio exterior se utiliza como punto de partida para esclarecer las ventajas competitivas especialmente a nivel de industrias y sectores dentro de la estructura económica del país.

La competitividad en el mercado mundial es la base de la teoría del comercio internacional y el crecimiento económico, mientras que, en comparación con la teoría económica clásica y neoclásica del comercio internacional, destaca fuentes innovadoras y realistas de comercio y desarrollo económico. La relación entre comercio exterior y crecimiento económico ha sido investigada desde el origen de las teorías del comercio exterior. Las exportaciones mejoran la productividad, brindan incentivos para buscar avances tecnológicos que pueden conducir a una mejora del desempeño económico general y promueven una mejor asignación de recursos a través de la especialización de bienes que tienen una mejor.

Las exportaciones se deben considerar tanto importante como las importaciones como parte de la balanza de comercio exterior y sus impactos en el desempeño económico. Aunque las importaciones tienen un impacto adverso en la balanza comercial, pueden ser tan importantes como las exportaciones en la promoción del crecimiento. En muchos países se han realizado estudios empíricos centrados en los efectos del comercio exterior en el desempeño económico y el crecimiento. La mayoría de los estudios se basaron en el uso de métodos estadísticos o econométricos y revelaron un impacto positivo del comercio exterior en el producto interno bruto (Baena-Rojas, 2019).

El desempeño económico de las industrias se puede evaluar mediante el valor agregado, la ganancia y los indicadores de relación basados en el valor agregado o la ganancia de la industria. El comercio internacional puede desempeñar un papel importante en la promoción del crecimiento económico a través de la especialización de cada país en la producción de los productos en

los que tiene una ventaja comparativa y mediante la transferencia de recursos entre los diferentes países. La especialización internacional se ha convertido en el orden del día y cada nación se concentra en la fabricación de solo aquellos productos en los que tiene la máxima ventaja comparativa y el menor costo comparativo.

Otras medidas para evaluar los impactos del comercio internacional en el desempeño económico son los multiplicadores del uso final. La evaluación de los efectos del comercio exterior se puede proporcionar a través del indicador de los términos de intercambio reales, que se sigue con mayor frecuencia como ciertos términos de intercambio de productos básicos dados como la tasa del índice de precios de exportación en el tiempo al índice de precios de importación en el tiempo.

Otros dos grupos de indicadores de términos de intercambio son los términos de intercambio de ingresos, que expresan el impacto del valor absoluto de los términos de intercambio de las materias primas sobre el volumen físico de exportación y los términos de intercambio factoriales, que además de la evolución de los precios, también tienen que ver con la productividad del desarrollo laboral, ya sea en el país de origen de exportación solamente o también en el extranjero. Un indicador modificado de los términos de intercambio por la tasa entre el volumen de bienes importados y exportados es adecuado para la evaluación a nivel sectorial (SGE, 2020).

### **1.3.1. Clasificación del Comercio Internacional**

**Comercio de Importación:** Se refiere a la compra de bienes de un país extranjero. Los países importan bienes que no son producidos por ellos ya sea por desventajas en costos o por dificultades físicas o incluso aquellos bienes que no son producidos en cantidades suficientes para satisfacer sus necesidades.

**Comercio de Exportación:** Significa la venta de bienes a un país extranjero. En este comercio las mercancías se envían fuera del país.

Comercio de depósito: cuando los bienes se importan de un país y se exportan a otro país, se denomina comercio de depósito. En este caso, los bienes no se importan para su consumo o venta en el país, sino para su reexportación a un tercer país. Por lo tanto, la importación de bienes extranjeros con fines de exportación se conoce como comercio de depósito (Sidorov & Sidorova, 2020).

### **1.3.2. Características del Comercio Internacional**

Separación de Compradores y Productores: En el comercio interior los productores y compradores son del mismo país, pero en el comercio exterior pertenecen a países diferentes.

Moneda Extranjera: El comercio exterior involucra pagos en moneda extranjera. Diferentes monedas extranjeras están involucradas al comerciar con otros países.

Restricciones: Las importaciones y exportaciones implican una serie de restricciones, pero por parte de diferentes países. Normalmente, las importaciones enfrentan muchos derechos de importación y restricciones impuestas por el país importador. Del mismo modo, se deben seguir varias normas y reglamentos al enviar mercancías fuera del país.

Necesidad de intermediarios: las normas, reglamentos y procedimientos involucrados en el comercio exterior son tan complicados que existe la necesidad de contar con la ayuda de intermediarios. Prestan sus servicios para la buena marcha del comercio.

Elemento de Riesgo: El riesgo que implica el comercio exterior es mucho mayor ya que las mercancías son llevadas a largas distancias e incluso cruzan los océanos.

Ley de Costo Comparativo: Un país se especializará en la producción de aquellos bienes en los que tenga ventaja en costos. Estos bienes se exportan a

otros países. Por otro lado, importará aquellos bienes que tengan una desventaja de costos o no tenga una ventaja específica.

Control Gubernamental: En todos los países, el gobierno controla el comercio exterior. Da permiso para importaciones y exportaciones puede influir en la decisión sobre los países con los que se llevará a cabo el comercio (Hidalgo Gallo, 2018).

### **1.3.3. Regulaciones para el comercio**

La regulación de las relaciones comerciales entre Ecuador y España se rige por dos entidades o parámetros: la Organización Mundial del Comercio (OMC) y las negociaciones existentes para un acuerdo con la Unión Europea. OMC: Su objetivo principal es facilitar la expansión del comercio internacional de bienes y servicios, para lo cual supervisan el sistema multilateral de comercio.

Esta organización global cumple con el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Como órganos subsidiarios conjuntos de la OMC y la UNCTAD, no están obligados a presentar solicitudes de la condición de observador como órganos de la OMC, sino únicamente a asistir a las sesiones, y actúan como observadores de conformidad con las disposiciones de su acuerdo mutuo.

### **1.3.4. Estrategias para competir en los mercados no tradicionales**

Encontrar nuevas formas de llegar a una comunidad nunca es complicado, ni tiene que serlo, especialmente cuando se trata de mercados no tradicionales que los consumidores no conocen, lo que puede dificultar aún más todo el proceso. Cree un curso que revele cómo aplicar o implementar el producto o servicio proporcionado.

Es una excelente manera de salir adelante en la industria en la que planea ingresar, al mismo tiempo que brinda información educativa útil a su población objetivo. Es una forma de generar confianza, aumentar el reconocimiento de la



marca y crear una comunidad de participación en torno a un producto o servicio (Pro-Ecuador, 2019).

## **CAPITULO II**

### **Marco Metodológico**

## **2.1. Tipo de investigación**

### ***Investigación Mixta***

La investigación mixta representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández et al, 2018)

La presente investigación es de tipo mixta (Cualitativa y Cuantitativa), ya que se analizan datos estadísticos sobre la situación de las exportaciones, aspectos demográficos de los mercados y opiniones relevantes de los exportadores ecuatorianos sobre las dificultades y ventajas que experimentan en el comercio exterior del achotillo durante el período 2019-2021.

En este contexto, es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico (Hernández et al, 2018)

El enfoque cualitativo se utiliza en esta investigación ya que la recolección de datos es sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

### ***Investigación Descriptiva***

Se utiliza el método de análisis logrando caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando características y propiedades; también puede servir para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. Comprende registros, análisis e interpretación (Martínez et al, 2019).

El análisis de la situación de la exportación del achotillo permite caracterizar las ventajas y beneficios de la comercialización internacional.

## **2.2. Población y Muestra**

Se define como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Hérendez et al, 2018)

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población (Martínez et al, 2019)

La muestra que se utiliza en el presente trabajo de investigación es de tipo no probabilística ya que son muestras dirigidas que aportan un gran valor, pues logran obtener los casos (personas, contextos, situaciones) que interesan a la investigación, con la finalidad de obtener una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos de la investigación.

Las muestras no probabilísticas, también son llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cualitativas (Hérendez et al, 2018)

Tomando en consideración que la exportación de achotillo es realizada por algunas compañías a nivel nacional, se procede a determinar el uso de muestra no probabilística intencional, donde se tomará como muestra a la totalidad de la población:

**Tabla 4: Población y muestra**

<b>Ítem</b>	<b>Informantes</b>	<b>Población y Muestra</b>
<b>1</b>	Exportadores de achotillo	6
<b>2</b>	Productores de achotillo	16
<b>Total:</b>		<b>22</b>

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Ruiz, Sebastian (2022)

La población y muestra corresponde a 2(dos) empresas y 4(cuatro) personas naturales que registran haber realizado exportaciones de achotillo a diferentes países desde el año 2019 al 2021, según la base de datos del sistema nacional de aduana. En referencia a los productores de acuerdo a la base de ProEcuador se obtuvo los 16 (dieciséis) contactos que constan como personas naturales y que se dedican a la producción nacional de achotillo. Las personas a las que se les envió el enlace de la encuesta corresponde a responsables de la comercialización en caso de productores y encargados de las exportaciones en caso de empresas.

### **2.3 Técnicas e instrumentos de investigación**

Entre las técnicas de investigación representativas para obtener la mayor información de la problemática estudiada, se considera la utilización de la observación documental y entrevista.

- Observación documental

Esta técnica permite contar con un registro estructurado sobre ciertos elementos básicos para comprender la realidad del objeto de análisis y focalizar la atención de la etapa de observación o de análisis en profundidad, sólo o prioritariamente, sobre los aspectos más relevantes.

En este trabajo de investigación durante la observación, permite conocer la situación de exportación de achotillo y análisis del mercado español.

- Encuesta

La encuesta es una técnica de gran utilidad en la investigación, este instrumento de opinión es consideradas por diversos autores como un diseño o método. En la clasificación de la presente obra serian consideradas investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales-causales, ya que a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y a veces de ambos (Hérmendez et al, 2018).

Por lo general, en la encuesta se utiliza cuestionarios que se aplican en varios contextos como son la entrevistas en persona o por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, ente otros.

#### **2.4. Procedimiento de la investigación**

El trabajo de investigación se realizó en diferentes fases:

Fase I: Se revisó fuentes bibliográficas, de libros, revistas y artículos científicos.

Fase II: Se aplicaron los criterios para la selección de los artículos científicos:

- Constar publicados en bases científicas indexadas.
- Publicadas en los últimos 5 años
- Disponer de información relacionada con la investigación.

Fase III: Se realizó el análisis de la información y se efectúa la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

**Capitulo III.**  
**Análisis e interpretación de resultados**

### 3.1 Resultados

En esta investigación que tiene como propósito de determinar el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo a España, se obtuvieron los siguientes resultados:

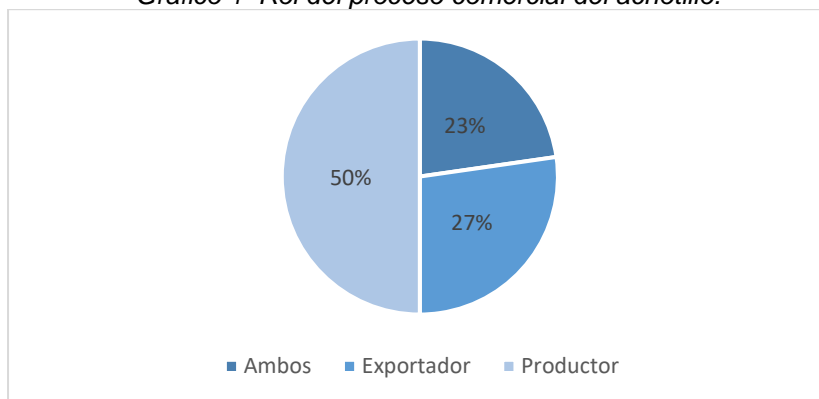
#### 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza relacionada con el achotillo?

Tabla 5: Rol del proceso comercial del achotillo.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ambos	5	22,73%
Exportador	6	27,27%
Productor	11	50,00%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

Gráfico 1 Rol del proceso comercial del achotillo.



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** La primera pregunta efectuada a la población de estudio se realizó con la finalidad de conocer si los encuestados son exportadores, productores o cumplen ambas funciones en el proceso de comercial del achotillo. El 22,73% respondió que cumplen ambos roles comerciales como es de productores y simultáneamente de exportadores, mientras que, el 22,27% establece que únicamente se dedican a la exportación de la fruta y el 50,00 % de la población encuestada se dedican a la producción de achotillo.



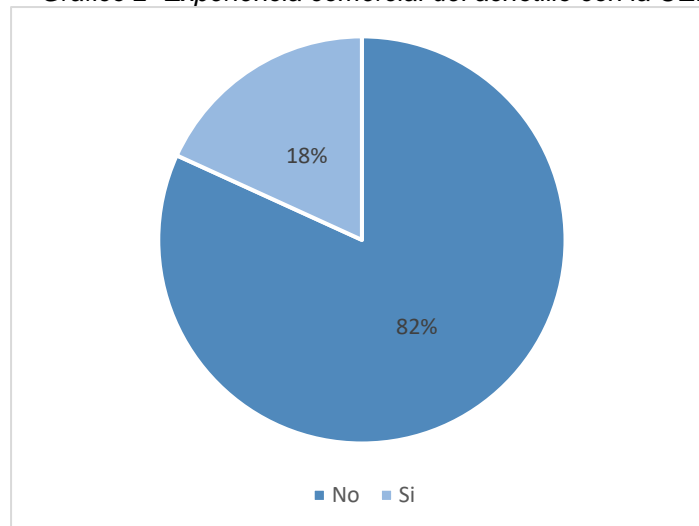
## 2. ¿Ha realizado actividades de exportación hacia la Unión Europea?

Tabla 6: Experiencia comercial del achotillo con la UE.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	18	81,82%
Si	4	18,18%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

Gráfico 2 Experiencia comercial del achotillo con la UE.



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta se realizó con la finalidad de conocer la experiencia comercial que han tenido con el achotillo realizando exportación de la fruta hacia la Unión Europea (UE). El 81,82% mencionó que no ha realizado dichas actividades, ya sea, siendo agente de exportación o vendiendo la producción de la fruta a empresas para comercializar con países de la comunidad europea. El 18,16% de los encuestados mencionó que si ha realizado actividades comerciales exportando achotillo hacia Europa.

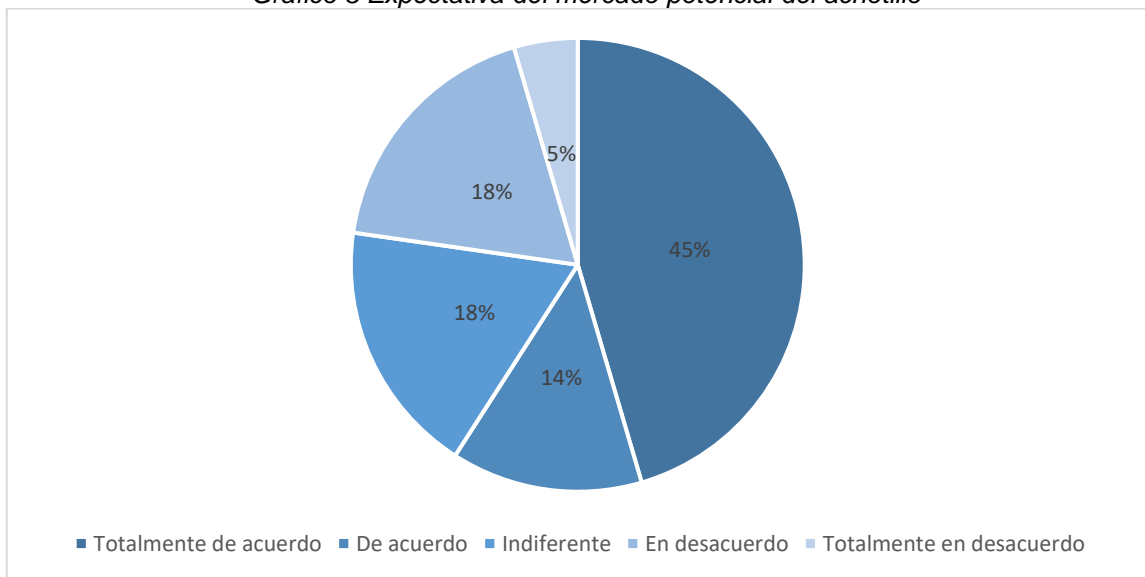
### 3. ¿Considera que existe un mercado potencial para la exportación del achotillo?

Tabla 7: Expectativa del mercado potencial del achotillo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	45,45%
De acuerdo	3	13,64%
Indiferente	4	18,18%
En desacuerdo	4	18,18%
Totalmente en desacuerdo	1	4,55%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

Gráfico 3 Expectativa del mercado potencial del achotillo



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta se realizó con la finalidad de conocer si los productores o exportadores consideran que existe un mercado potencial para el achotillo. El 45,45% está totalmente de acuerdo que, si existe un mercado potencial, el 13,64% está de acuerdo, el 18,18% es imparcial y mismo porcentaje no está de acuerdo y el 4,55% está totalmente desacuerdo que exista mercado potencial para el achotillo, lo que ubica a la mayoría con grandes expectativas.

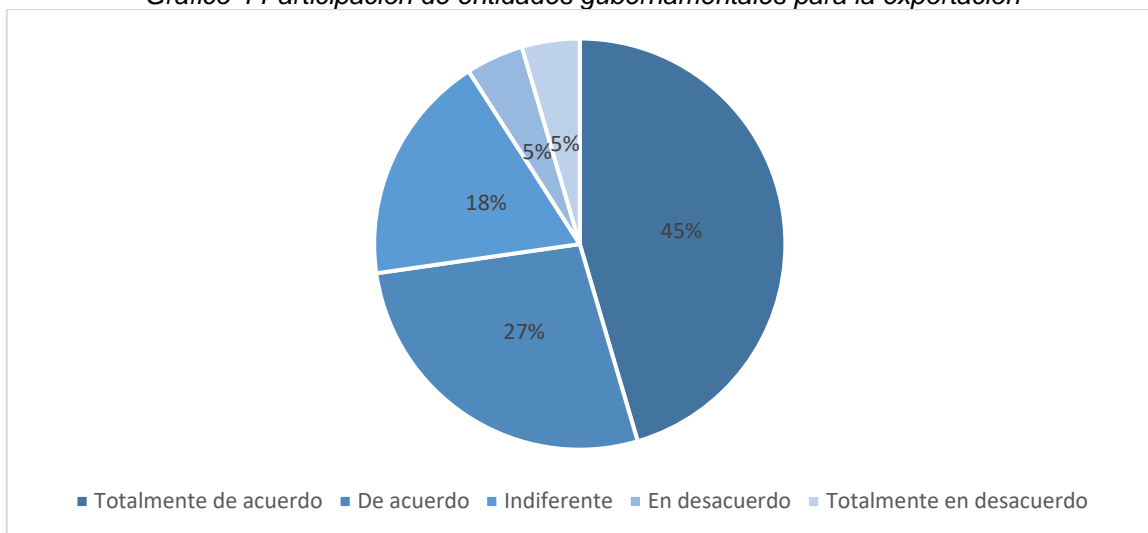
#### 4. ¿Considera que las entidades gubernamentales deberían participar en la exportación de achotillo?

Tabla 8: Participación de entidades gubernamentales para la exportación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	45,45%
De acuerdo	6	27,27%
Indiferente	4	18,18%
En desacuerdo	1	4,55%
Totalmente en desacuerdo	1	4,55%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

Gráfico 4 Participación de entidades gubernamentales para la exportación



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta se realizó con la finalidad de conocer la opinión de la población encuestada si consideran que existe respaldo o apoyo de entidades gubernamentales para la exportación de achotillo. El 45,45% está totalmente de acuerdo que las entidades de gobierno apoyen la exportación de achotillo, el 27,27% está de acuerdo que participen en esta actividad comercial, el 18,18% se muestra escéptico que exista respaldo gubernamental y el 4,55% no está de acuerdo y el mismo porcentaje se muestra totalmente desacuerdo que el gobierno participe en esta actividad comercial.

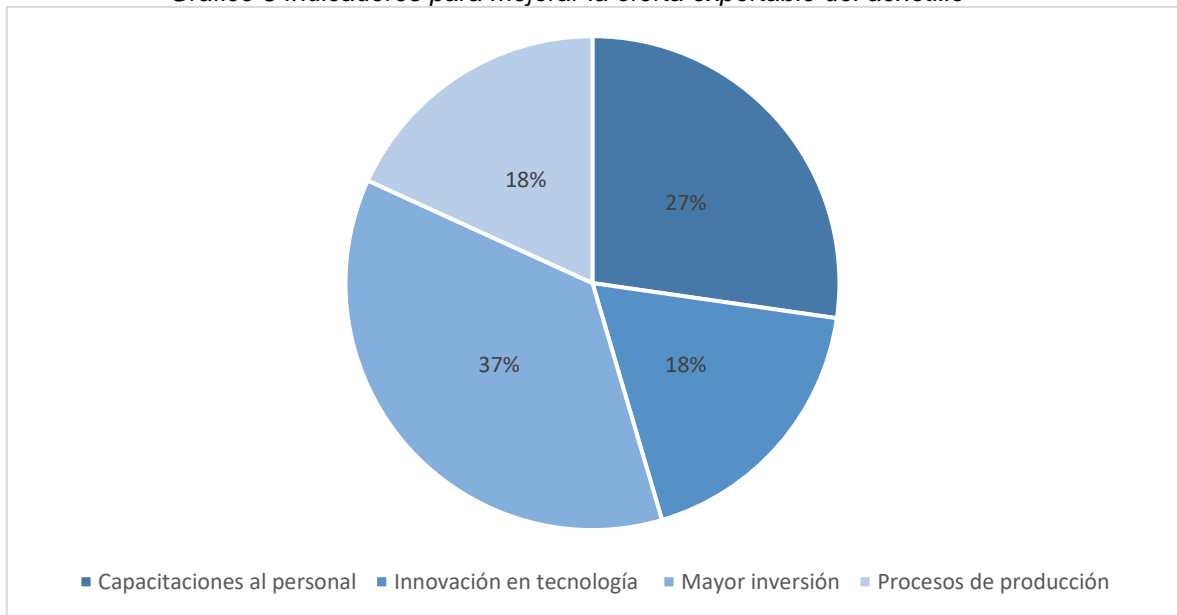
**5. ¿Qué indicadores considera que contribuyen en mejorar la oferta exportable del achotillo?**

*Tabla 9: Indicadores para mejorar la oferta exportable del achotillo*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Capacitaciones al personal	6	27,27%
Innovación en tecnología	4	18,18%
Mayor inversión	8	36,36%
Procesos de producción	4	18,18%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

*Gráfico 5 Indicadores para mejorar la oferta exportable del achotillo*



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Los productores y exportadores de achotillo consideran en un 27,27% que debe realizar la capacitación de personal para mejorar la oferta de exportación de la fruta. El 18,18% en mejorar la innovación en tecnología, es decir, equipamiento y maquinaria, el 36,36% en inversión de recursos económicos para que la oferta sea atractiva a los mercados, el 18,18% en los procesos de producción del achotillo.

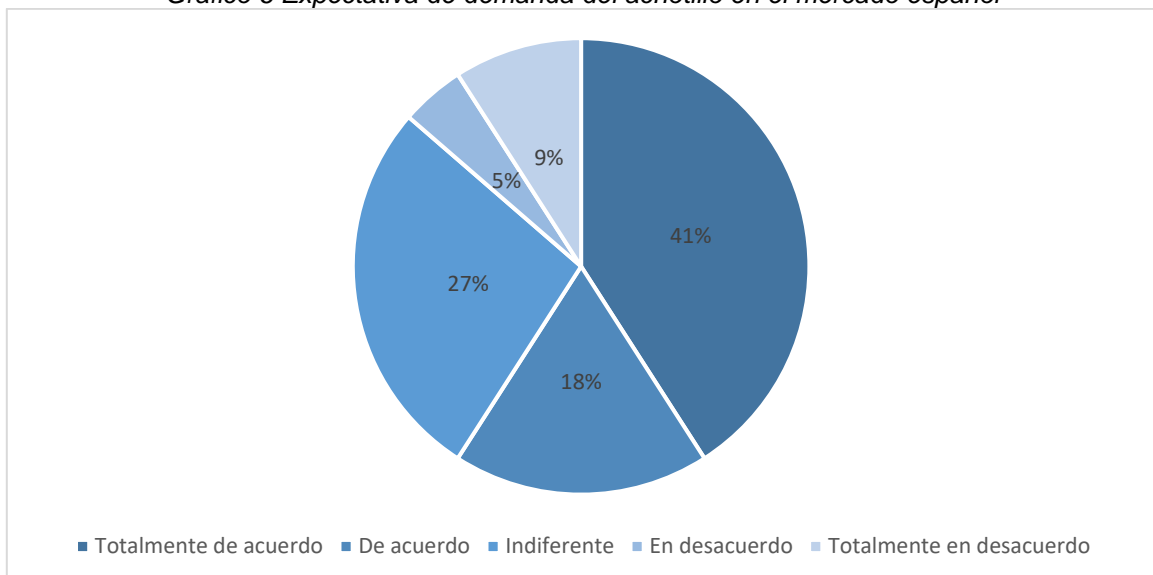
## 6. ¿Considera que existe demanda de achotillo en el mercado de España?

Tabla 10: Expectativa de demanda del achotillo en el mercado español

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	40,91%
De acuerdo	4	18,18%
Indiferente	6	27,27%
En desacuerdo	1	4,55%
Totalmente en desacuerdo	2	9,09%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

Gráfico 6 Expectativa de demanda del achotillo en el mercado español



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta surge con la finalidad de conocer sobre la expectativa de demanda del mercado español según la experiencia que han tenido en la comercialización de la fruta. El 9,09% está totalmente en desacuerdo que exista demanda comercial, el 4,55% en desacuerdo que sea atractivo exportar al mercado español, el 27,27% es indiferente o se muestra imparcial, sin embargo, el 18,18% considera que está de acuerdo y el 40,91% totalmente de acuerdo con alta expectativa que España es un mercado atractivo para comercializar el achotillo.

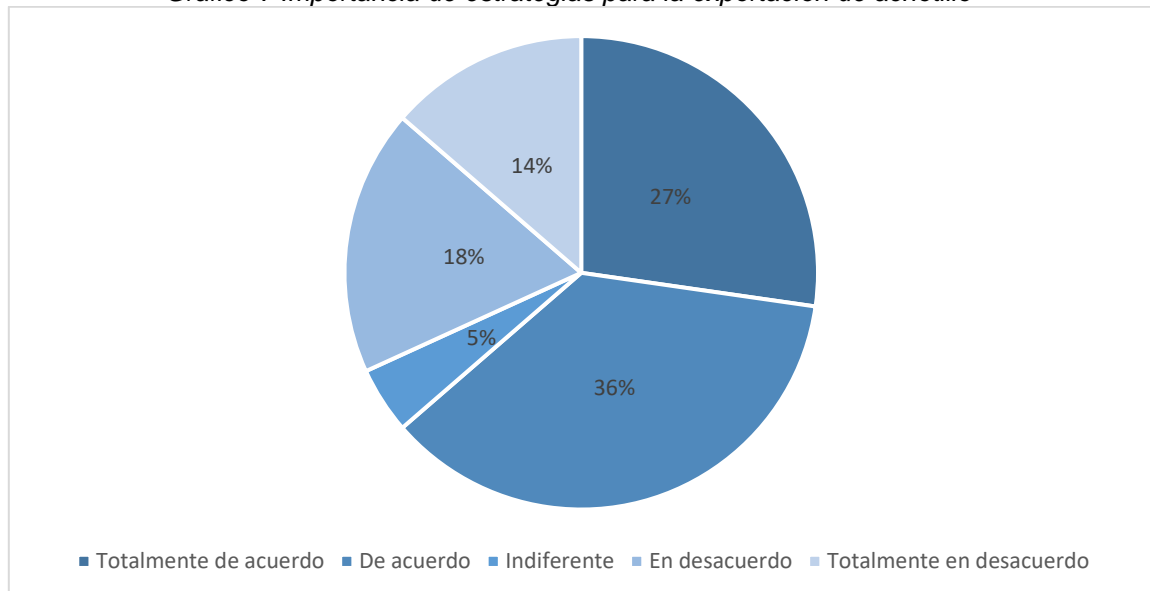
## 7. ¿Considera importante la implementación de estrategias para la exportación de achotillo?

Tabla 11: Importancia de estrategias para la exportación de achotillo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	6	27,27%
De acuerdo	8	36,36%
Indiferente	1	4,55%
En desacuerdo	4	18,18%
Totalmente en desacuerdo	3	13,64%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

Gráfico 7 Importancia de estrategias para la exportación de achotillo



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta se realizó con el propósito de conocer la opinión de productores y exportadores sobre la importancia de implementar una estrategia para la exportación de achotillo. El 27,27% está totalmente de acuerdo y el 36,36% de acuerdo que es necesario implementar estrategias para la exportación de achotillo hacia España, para un 4,55% es indiferente y en desacuerdo el 18,18% y totalmente desacuerdo el 13,64% opinan que no es necesaria aplicar estrategias para la exportación.

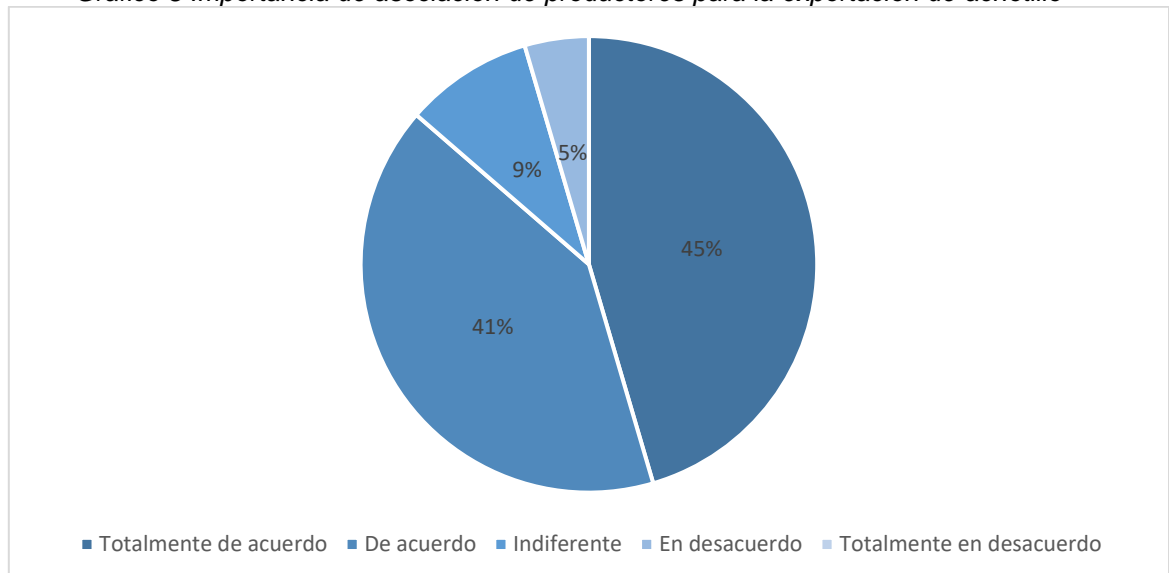
**8. ¿Considera necesario que los productores de achotillo se asocien para fortalecer la exportación?**

*Tabla 12: Importancia de asociación de productores para la exportación de Achotillo*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	45,45%
De acuerdo	9	40,91%
Indiferente	2	9,09%
En desacuerdo	1	4,55%
Totalmente en desacuerdo		0,00%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

*Gráfico 8 Importancia de asociación de productores para la exportación de achotillo*



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta se realizó con el propósito de revelar si los productores y exportadores consideran a la asociación de quienes pequeños o medianos productores serviría como estrategia para la exportación de achotillo. El 45,45% está totalmente de acuerdo y el 40,91% de acuerdo que es necesario asociarse exportar, para el 9,09% es indiferente y en desacuerdo el 4,55% y ninguno se muestra en totalmente desacuerdo, la mayoría considera importante la asociación de productores para la exportación de achotillo para nuevos o potenciales mercados.

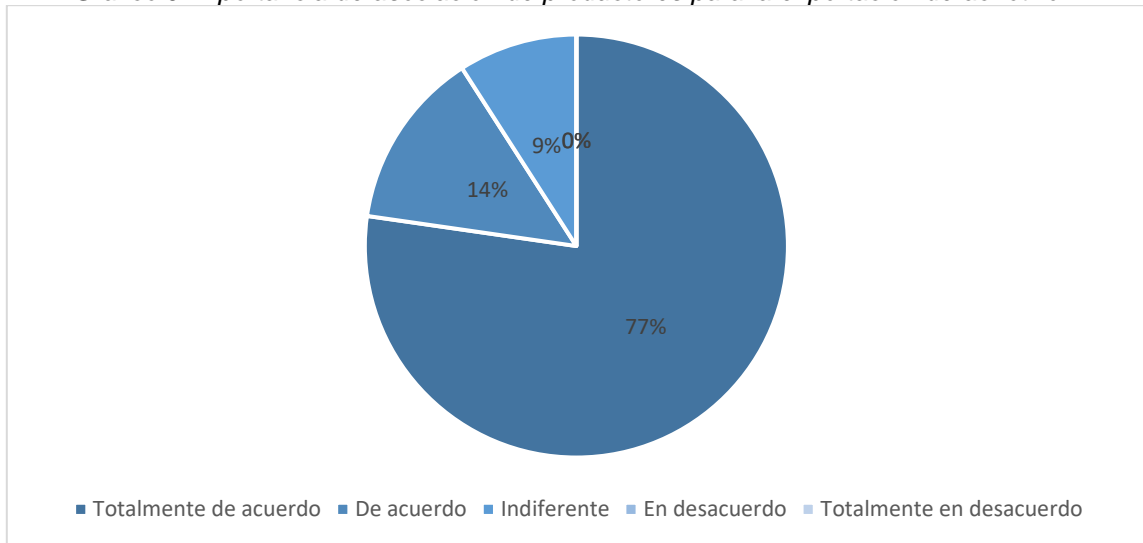
**9. ¿Considera que el comercio exterior es una herramienta para la exportación de achotillo?**

*Tabla 13: Uso del comercio exterior para la exportación de achotillo*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	17	77,27%
De acuerdo	3	13,64%
Indiferente	2	9,09%
En desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

*Gráfico 9 Importancia de asociación de productores para la exportación de achotillo*



Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

**Análisis:** Esta pregunta se efectuó con la finalidad de conocer la factibilidad de utilización del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo. El 77,27% está totalmente de acuerdo y el 13,64% de acuerdo, pero un 9,09% es indiferente y ningún encuestado se muestra en desacuerdo o totalmente desacuerdo sobre el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo.



### **3.2 Análisis de resultados**

Del análisis de resultados se determina que la mayoría de la población encuestada se dedica a ser productor de achotillo con una mediana y pequeña producción que es para consumo local.

En forma mayoritaria los encuestado no han realizado actividades de exportación hacia mercado europeo, sin embargo, consideran que existe un mercado potencial para el achotillo, lo que ubica a la mayoría con grandes expectativas.

Los productores y exportadores coinciden que debería las entidades de gobierno apoyar la exportación de achotillo y que participe en esta actividad comercial, mediante la capacitación de personal especializado, promoción del producto, asesoramiento para la producción y financiamiento.

Los productores y exportadores de achotillo tienen alta expectativa que España es un mercado atractivo para comercializar el achotillo, para lo que se necesita implementar algunas estrategias para la exportación de achotillo que podría ser mediante la asociación de productores para la exportación de achotillo para nuevos o potenciales mercados.

Los productores y exportadores consideran que el uso del comercio exterior como herramienta es favorable para la exportación de achotillo.

## **Capitulo IV.**

**Propuesta de uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo hacia España.**

## **4.1 Generalidades de la propuesta**

El Unión Europa ha dado oportunidades a países a vías de desarrollo para que impulsen la comercialización de sus productos no tradicionales a los países miembros de la comunidad. La gran acogida que las frutas tropicales tienen en los países europeos se debe al estilo de vida que sus habitantes llevan y a escasas de producción de estas frutas debido al tipo de clima que Europa posee (Jiménez, 2019).

## **4.2 Análisis del Mercado de España.**

### **4.2.1 Factores demográficos**

España, es un país transcontinental ubicado en el suroeste de Europa, tiene una superficie de 505,990 km<sup>2</sup>, teniendo una población de 47.432.805 personas, es uno de los países que tiene una densidad de población media, de 94 habitantes por Km<sup>2</sup>. Pertenece a la Unión Europea, Su capital es la Ciudad de Madrid y su moneda es el Euro €. (Borja, Carvajal, & Vite, 2020)

### **4.2.2 Condiciones económicas**

La economía española en el 2021 creció un 5,11%, se recuperó tras una drástica caída de la producción del 2020 del 10,8% a causa de la pandemia. Su deuda pública fue de 11.453.853 millones de euros, con una deuda del 118,40% del PIB, no consta entre los países con más deuda del mundo, pero si un alto porcentaje de deuda con respecto a lo que produce (Banco Central de Europa, 2021).

Según el Instituto Nacional de Estadística INE en España en cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en España ha sido de 61 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental (INE, 2022).

**Tabla 14: Comercio de España**

<b>INDICADORES</b>	<b>DATOS</b>
Exportaciones	324.038,9 M.
Exportaciones %PIB	26,89%
Importaciones	354.148,2 M.€
Importaciones % PIB	29,39%
Balanza comercial	-30.109,2 M.
Balanza comercial % PIB	-2,50%
Comercio Minorista Interanual	-3,1%

Fuente: (Banco Central Europeo, 2022)

Elaborado por: Ruiz, Sebastian (2022)

En el año 2021, el PIB per cápita fue de 25.460 € euros. Esta cifra conjetura que sus habitantes tienen un buen nivel de vida, En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país, siendo para España 0,904 de puntaje, que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los españoles tienen una buena calidad de vida (Orbyt, 2022).

#### **4.2.3 Principales exportadores desde América Latina hacia España**

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) de España, se registra que los países exportadores de América latina hacia ese país son: Guatemala, Honduras, Costa rica, México, Chile, Perú y Colombia, en el caso de los países de Centroamericanos las exportaciones se registran hacia los Estados Unidos por los tipos de acuerdos que mantienen, y en el caso de Perú y Colombia son exportadores del fruto achotillo (INE, 2022).

**Tabla 15 Importaciones de España de las frutas frescas**

<b>EXPORTADORES</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Perú	667*	521	753
Colombia	1800	812	614
Ecuador	175	87	179
México	0	3	12

*\*(Unidad: miles MM de dólares estadounidenses) Elaborado por: Ruiz, Sebastian (2022)*

Fuente: (INE, 2022) *Instituto Nacional de Estadística*

En la tabla 4, permite observar que el Ecuador compite con países vecinos en la exportación a España, lo que significa que a pesar de tener el mismo acuerdo con, para nuestro país los costos de exportación son superiores a la competencia.

#### **4.3 Análisis del acuerdo comercial Ecuador- UE**

El Acuerdo con la Unión Europea y Ecuador tiene concesiones en el mercado europeo, siendo el 14 de diciembre de 2016, el Parlamento Europeo aprobó un tratado de libre comercio entre Ecuador y los estados miembros de la UE, tiene una perspectiva positiva ya que la intervención de Colombia y Perú para apoyar estos acuerdos es beneficios (Sánchez, 2017).

El acuerdo comercial entre la UE y Ecuador está vigente desde el año 2017. En el aspecto comercial, este instrumento comercial permite la liberación inmediata del 99,7% de la oferta agropecuaria históricamente exportable de Ecuador.

Adicionalmente, para algunos productos, incluido el achotillo, el principal requisito para la fruta fresca es que el exportador cuente con la certificación Global Gap. Por otro lado, el acuerdo permite un incremento anual del 0,10% del

PIB, 0,15% del consumo y 0,13% de la inversión, además de tener un impacto positivo en la creación de empleo y mayores ingresos de la población.

En consecuencia, la exportación del achotillo hacia el mercado español puede fomentar a agricultores ecuatorianos para aumentar la producción de árboles de achotillos y generar plazas de trabajo.

#### 4.4 Análisis FODA

El análisis FODA según A. Thompson, 1998 consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que se considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada (Funes, 2018).

Las fortalezas y debilidades tienen un origen interno es decir competen a la persona o empresa analizada, una fortaleza según D. McConkey (1988) es: Alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda esta o una situación favorable en el medio social (Funes, 2018).

**Tabla 16: Análisis FODA**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Acuerdos vigentes comerciales con el bloque de países de la Unión Europea.</li><li>- Datos estadísticos de respaldo para la alta demanda de pulpa de fruta por parte de</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Existencia de grandes empresas encargadas de la producción de pulpas de frutas varias</li><li>- Predilección por mercados conocidos con alta participación de la oferta exportable</li></ul>

	<p>España.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Planes gubernamentales focalizados en el desarrollo de la matriz productiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Problemas ambientales que alteran el ecosistema de las cosechas</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>F - O</b>	<b>F - A</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación de productores de achotillo con alta experiencia con pequeños agricultores.</li> <li>– Fácil adquisición de la materia prima debido a la intervención directa de productores.</li> <li>– Contribución a la oferta exportable del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fomento de las exportaciones por medio de los incentivos existentes</li> <li>– Alianzas estratégicas con ProEcuador y MIPRO para obtener respaldo ante compradores en España.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Diversificación de productos, para ofertar ante compradores</li> <li>– Énfasis en la relación España-Ecuador destinando un porcentaje de la producción exclusivo para este mercado</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>D - O</b>	<b>D - A</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mercado con bajas barreras de entrada que permite el fácil acceso a nuevos competidores</li> <li>– Falta de experiencias previas en la creación de acuerdos comerciales en países europeos.</li> <li>– Bajos niveles de producción en comparación con los niveles de demanda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Estudio para determinar demanda del mercado español con el propósito que a largo plazo se amplie ampliar más la oferta de exportación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Acogerse a planes de prevención contra plagas y fenómeno del Niño brindado por Ministerio de Agricultura.</li> </ul>

Fuente: Elaborado por: Ruíz, Sebastián (2022)

## **4.5 Marco legal**

### **4.5.1 Constitución de la Republica**

La Constitución de la República del Ecuador en el Título II, capítulo segundo, sección primaria, Agua y alimentación, en su artículo No. 13: Reconoce que las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y corresponde con sus diversas identidades y tradiciones culturales (Asamblea\_Constituyente, 2008)

El Art. 424 de la Constitución de la República establece que “La constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica”. Que, el artículo 425, prescribe: “El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La constitución, los tratados y convenio internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los acuerdos y resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos (Asamblea\_Constituyente, 2008)

Estas referencias demuestran el orden jerárquico de las leyes nacionales bajo las cuales deben regirse los ciudadanos y empresas que se encuentran en el territorio ecuatoriano.

### **4.5.2 El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (COPCI).**

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2010) se concluye que este estudio de investigación se ajusta a este código porque pretende impulsar e incentivar la producción en el país y con ello promover la transformación de la matriz productiva.



Haciendo referencia al artículo 3 Objeto. *Establece que el código tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas que están orientadas a la realización del buen vivir.*

#### **4.5.3 Ley de Régimen Tributario Interno.**

La Ley de régimen Tributario Interno elaborada por el Congreso Nacional (Congreso Nacional, 2018) menciona en el artículo 55 los bienes y servicios que se encuentran gravados con tarifa 0%, siendo aquellos que no se mencionen los que poseen una tarifa del 12% en cuyo inciso uno se mencionan los productos alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, bioacuáticos, forestales, carnes, embutidos o de pesca que estén en estado natural y que no hayan sido objeto de elaboración, proceso o tratamiento que altere su naturaleza, no se considera procesamiento la refrigeración, enfriamiento o congelamiento para conservarlos, al igual que la trituración, faenamiento, el cortado y el empaque no se considerarán procesamiento.

#### **4.5.4 Normativa de estandarización**

*Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2818:2013*

Esta norma técnica ecuatoriana es una adopción modificada de la Norma Internacional CODEX STAN 246-2005 (Adoptado en 2005). Norma general del CODEX para el standard para achotillo, en esta norma técnica ecuatoriana se deben considerar algunas modificaciones debido a los requisitos legales nacionales, las cuales se enlistan a continuación: Reemplazar la referencia de “Norma General del Codex para el Etiquetado de los Alimento preenvasados (CODEX STAN 1-1985) por NTE INEN 1334-1. El comité responsable es el Comité Interno del INEN.

Esta Norma se aplica a las variedades y/o tipos comerciales de rambutanes (achotillo) obtenidos de *Nephelium lappaceum* L., de la familia *Sapindaceae*, que habrán de suministrarse frescos al consumidor, después de

su acondicionamiento y envasado. Se excluyen los rambutanes destinados a la elaboración industrial. (INEN-CODEX, 2013)

En todas las categorías, a reserva de las disposiciones especiales para cada categoría y las tolerancias permitidas, los rambutanes deberán estar:

- Enteros;
- Sanos, y exentos de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptos para el consumo;
- Limpios, y prácticamente exentos de cualquier materia extraña visible;
- Prácticamente exentos de plagas, y daños causados por ellas, que afecten al aspecto general del
- Producto;
- Exentos de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una
- Cámara frigorífica;
- Exentos de cualquier olor y/o sabores extraños;
- Con aspecto fresco;
- Exentos de daños causados por bajas y/o altas temperaturas.

#### **4.6 Comercio exterior para la exportación de achotillo**

##### **4.6.1 Estándar de calidad para exportación**

Los estándares mínimos de calidad de un producto en el país es que sean aptos para la comercialización, estos deben mantenerse sanos, frescos y enteros, evitando su deterioro a corto plazo; la fruta achotillo debe de estar limpia y lavada con agua que no contenga ningún tipo de aditivo que haga que la misma pierda su calidad; de la misma forma se espera que no contenga daños causados por padecimientos o enfermedades que sobresalen generalmente al aspecto del mismo (Chiriboga, 2022).

Los achotillos deberán haber alcanzado un grado apropiado de desarrollo y madurez, de conformidad con los criterios peculiares de la variedad y/o tipo comercial y la zona en que se producen. (INEN, 2013)

El desarrollo y condición de los achotillos deberán ser tales que les permitan:

- Soportar el transporte y la manipulación; y
- Llegar en estado satisfactorio al lugar de destino.

#### 4.6.2 Legislación Aduanera

El achotillo pertenece al sector de frutos y cuenta con la partida arancelaria número 0810.90.90.90 en el arancel ecuatoriano, la misma que se adapta a la partida española

**Tabla 17: Descripción de la partida arancelaria del achotillo**

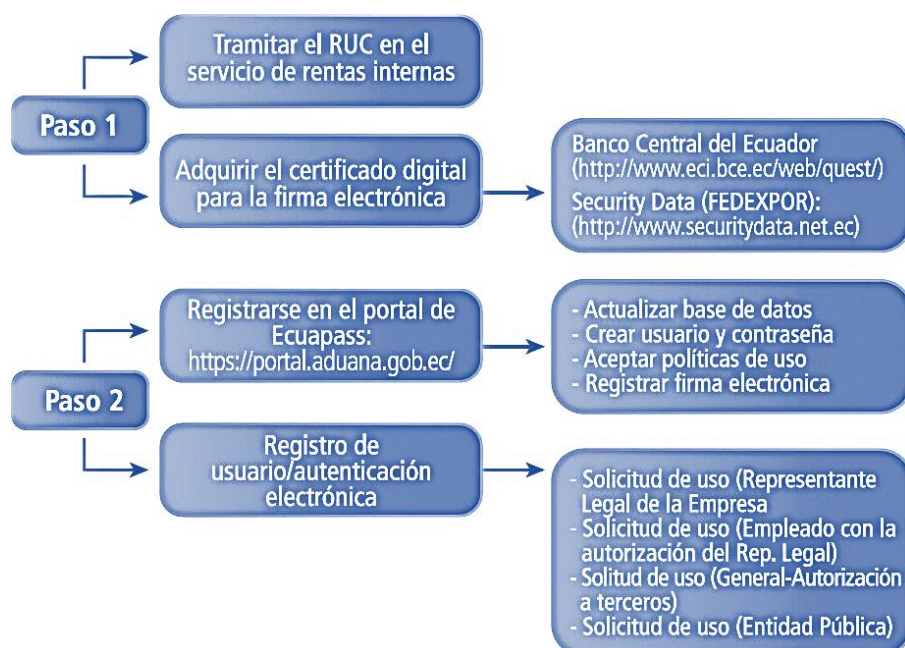
<b>ENUNCIADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Sector</b>	Alimentos
<b>Subsector</b>	achotillo
<b>Categoría</b>	Frutas
<b>Partida</b>	0810.90.90.90 Frutos, achotillo

*Fuente:* (SENAE, 2022)

*Elaborado por:* Ruiz, Sebastian (2022)

Según la normativa vigente en el Ecuador cualquier persona natural o jurídica puede exportar siguiendo los pasos siguientes:

Gráfico 10 Pasos para registro como exportador



Fuente: (ProEcuador, 2018)

Una vez tramitada la declaración juramentada de origen, a continuación, el proceso a seguir para la exportación

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

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga

- Cantidades
- Peso
- Otros datos relativos a la mercancía

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

- Factura Comercial original
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas de cuando el caso lo amerite

#### **4.6.3 Requisitos específicos para el ingreso del achotillo a España.**

Es importante tener en cuenta los documentos que se requieren para el ingreso de la fruta tales como:

- Control Sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.
- Normas de etiquetado para productos alimenticios.
- Normas de comercialización para frutas y vegetales frescos.
- Certificado fitosanitario.
- Certificado de producción orgánica (cuando se aplique).
- Normas de comercialización.

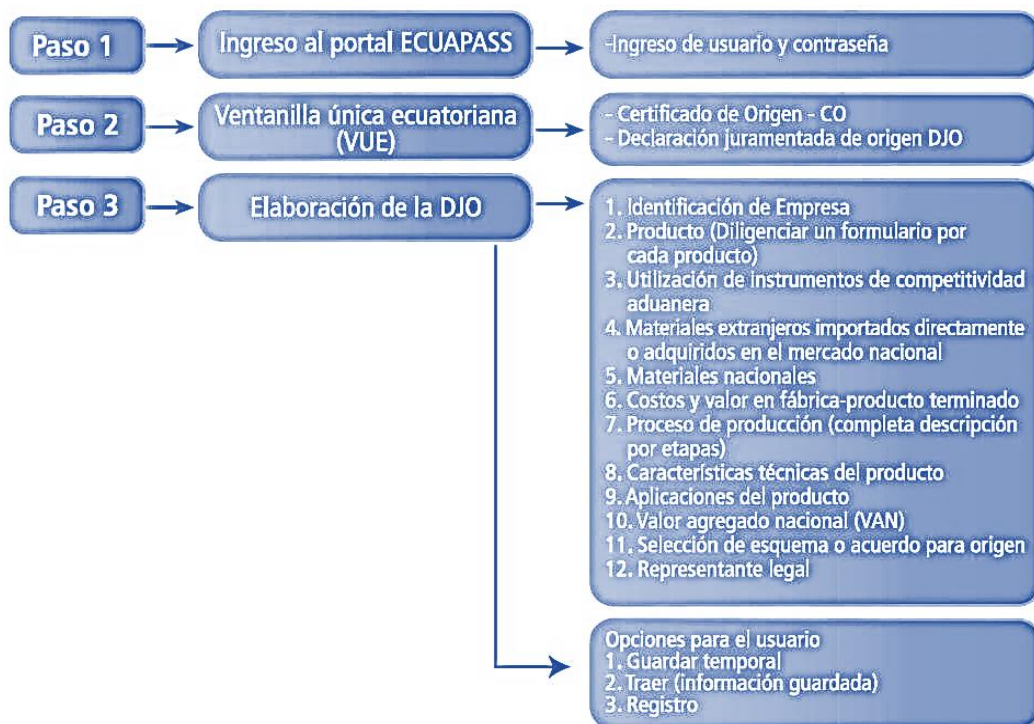
El exportador deberá familiarizarse con las respectivas normas relacionadas con la comercialización, etiquetado, empaque, entre otros, tanto para los vegetales como para las frutas frescas, se indicará las normas esenciales:

- Control Fitosanitario: Directiva 2000/29/EC.
- Ley general de alimento: Reglamento (CE) No.178/2002.
- Normas generales para el etiquetado de productos alimenticios (Condiciones de empaque y sus derivados (Tipo de tratamiento, certificación) Directiva 2000/13.

- Normativa para las importaciones de productos orgánicos desde terceros países (EC) 1235/2008.
- Condiciones microbiológicas en alimentación: Regulación EC No. 2073/2005.
- Residuos de pesticidas permitidos (MRL): Directiva 76/895/EEC y Directiva 90/642/EEC.
- Reglamento No. 396/2005: Límites para residuos de plaguicidas en alimentos.
- Normativa para empaques y residuos de empaques: Directiva 94/62/EC.

Además de obtener los certificados de calidad y seguridad como son HACCP, EurepGap entre otros (ProEcuador, 2018)

Gráfico 11 Pasos para exportar productos desde Ecuador



Fuente: (ProEcuador, 2018)

## **Conclusiones**

Una vez realizado el análisis de datos relevantes sobre la producción y comercialización del achotillo, se concluye que la emergencia sanitaria reciente ha alterado profundamente las actividades económicas y en el comercio exterior ecuatoriano ha sido significativo, abriendo paso a un escenario de incertidumbre para algunos sectores comerciales y económicos.

En la evaluación del uso del comercio exterior como herramienta la exportación se determina que los riesgos o amenazas continúan afectando el normal desarrollo del mismo, así como el anuncio de nuevos confinamientos por otras alertas sanitarias, conflictos comerciales, tensiones por asociaciones proteccionistas, así como los cambios climáticos extremos, los conflictos bélicos en Europa con la invasión de Rusia a Ucrania con repercusiones económicas, que van desde el alza del precio de petróleo hasta escases de alimentos a nivel mundial.

El comercio exterior ecuatoriano ha experimentado una transformación en los últimos años apoyada en la mejora de la competitividad, la diversificación de productos y los destinos de la exportación que ha contribuido a la economía nacional, pero aún no se evidencia inversión en ciencia y tecnología que favorezca a la investigación de nuevos mercados y producción exportable de frutos no tradicionales.

Por último, se concluye que para la exportación del achotillo hacia mercados españoles es indispensable la utilización del comercio exterior, para que los productores y exportadores de achotillo que tienen alta expectativa con la apertura comercial que ofrece el acuerdo con la Unión Europea.

## **Recomendaciones**

Se recomienda que autoridades ecuatorianas implementen políticas de apoyo a la internacionalización del achotillo y para que se pueda desarrollar todo el potencial exportable, contribuyendo a la recuperación de un crecimiento sostenido, con la generación de plazas de empleo.

Se recomienda que las entidades gubernamentales brinden apoyo para la difusión de productos no tradicionales como es el achotillo y colaboren con los productores para establecer contacto con los posibles compradores en el mercado europeo aprovechando el acuerdo comercial vigente.

Se recomienda que las universidades ecuatorianas mejoren la oferta de capacitación para que el país disponga de talento humano especializado en comercio exterior, que incluya la promoción y asesoramiento productivo.

Se recomienda fortalecer y tecnificar el uso del comercio exterior como herramienta ya que es favorable para la exportación de achotillo, mediante implementar estrategias como la asociación de pequeños y medianos productores para la exportación de achotillo hacia nuevos mercados, lo que contribuye significativamente al desarrollo económico del país.



## Referencias bibliográficas

- Acosta, María, M., Giraldo, D. P., Vélez, L. M., & Fernández, J. (2021). Análisis del Papel de los Intermediarios en el Mercado Agrícola Tradicional. Caso de Estudio Antioquia, Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, 7-24.
- Arias, M., & Calvo, I. (2014). *El cultivo de Rambután o Mamón Chino*. San Jose, Costa Rica: Ministerio de Agricultura y Ganadería. From <https://universidadagricola.com/la-fertilidad-del-suelo-y-la-fertilizacion/>
- Asamblea\_Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial.
- Baena-Rojas, J. J. (2019). La política de comercio exterior y las exportaciones colombianas. *Revista de Economía Institucional*, 51-70.
- Banco Central de Europa. (2021). *ECB Statistical Data Warehouse*. Bruselas: ECB. From <https://sdw.ecb.europa.eu/browse.do?node=9691452>
- Banco Central Europeo. (2022). Securities holdings statistics. España. From [https://www.ecb.europa.eu/stats/financial\\_markets\\_and\\_interest\\_rates/securities/html/index.es.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/financial_markets_and_interest_rates/securities/html/index.es.html)
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*.
- Bravo, T. A. (2017). *Estudio comercial y logístico para la exportación de* . Guayaquil.
- Canales, H. J. (2020). Agroexportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico Peruano. *Dominio de las Ciencias*, 4-27.
- Carvajal et al. (2019). Las exportaciones de plátano como una estrategia de desarrollo rural en Colombia. *Apuntes de GENES*, 113-148.
- Chiriboga, G. (2022). *Plan de exportación de rambután en conserva al mercado Holandés-ásterdam*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. From <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5149/1/T-ULVR-4154.pdf>
- Comisión Europea. (2006). *Documentos de estrategias país*. Quito. From de [http://eeas.europa.eu/ecuador/csp/07\\_13\\_es.pdf](http://eeas.europa.eu/ecuador/csp/07_13_es.pdf)
- Congreso Nacional. (2018). Ley de Régimen Tributario Interno. Quito, Pinchincha, Ecuador.
- Crozet, M. D. (2022). Comercio internacional y cartas de crédito: un arma de doble filo en tiempos de crisis. *IMF Econ Rev*, 185-211. doi:<https://doi.org/10.1057/s41308-021-00155-3>

- Daga, W. (2019, Junio 06). *Perú: Mercado del rambután tiene potencial de crecimiento en la UE*. From <https://elproductor.com/2019/06/peru-mercado-del-rambutan-tiene-potencial-de-crecimiento-en-la-ue/>
- Defaz, V., Poma, J., Veas, K., & Yépez, J. (2019). *La producción agroindustrial del achotillo en el Ecuador*. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. From <https://vsip.info/achotillo-nuevo-pdf-free.html>
- FAO. (2005). Norma del Codex para el mango. *CODEX STAN 184-1993*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. From [https://www.mapa.gob.es/app/MaterialVegetal/docs/Norma\\_Codex\\_Alimentarius\\_mango.pdf](https://www.mapa.gob.es/app/MaterialVegetal/docs/Norma_Codex_Alimentarius_mango.pdf)
- Funes. (2018). El desarrollo de la capacidad para delegar utilizando análisis FODA. *Revista Electrónica ANFEI digital*, 1-10.
- Gobierno del Perú. (2022, mayo 08). Según la SENAE (2010), Senae. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/> se concluye que este estudio de investigación se ajusta a este código porque pretende impulsar e incentivar la producción en el país. Perú. From <https://www.gob.pe/10595-embajada-del-peru-en-espana-relacion-bilateral-entre-peru-y-espana>
- Hernández et al. (2018). *Metodología de la Investigación, la ruta cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill. From <https://dokumen.pub/metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cuali-spanish-edition-1nbsped-1456260960-9781456260965.html>
- Hernandez, C. (2015, Diciembre). *Extracción y Cuantificación de Compuestos Fenólicos en Cascara de Rambután (Nephelium lappaceum)*. From <http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7775/T20720%20%20HERNANDEZ%20HERNANDEZ%2c%20CRISTIAN%20%2063818.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hidalgo Gallo, R. (2018). Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales. *Economía y desarrollo*, 135-153.
- INE. (2022). *Instituto Nacional de Estadística*. From <https://www.ine.es/index.htm>
- INEC. (2012). *Ficha Técnica de Agricultura- Achotillo*. Quito: Instituto Nacional de Estadística y Censos. From [https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/co\\_agricola.php?id=01399.99.02](https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/co_agricola.php?id=01399.99.02)
- INEN. (2013). *Proyecto para la exportación de rambutan (achotillo) a la comunidad económica europea*. Quito: Codex Alimentarius Commission. From <https://www.fao.org/3/j0695s/j0695s05.htm>

- INEN-CODEX. (2013). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2818:2013*. Quito: Servicio de Normalización Ecuatorino.
- Jiménez, J. L. (2019). Revisión de la ordenación del comercio internacional y su relación con el cambio climático y el desarrollo de los pueblos. *Derecho y Cambio Social*, 226-238.
- Lucero, K. (2020, Noviembre 08). *Revista Gestión*. From <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/los-productos-tradicionales-siguen-sosteniendo-al-comercio-exterior>
- Martínez et al. (2019). Plan de negocios para la creación de la microempresa Coffee-Time. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Digital.
- McCarthy, J. (2020). *La desnutrición es la principal causa de muerte a nivel mundial*. New York: Global Citizen. From <https://www.globalcitizen.org/es/content/global-nutrition-report-2020/>
- Orbyt, L. (2022). *Economía y demografía de Estados Unidos*. Lima: DatosMacro. From <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>
- Primicias. (2020). Las exportaciones crecieron en el primer trimestre del año. *Primicias*.
- ProEcuador. (2018). Requisitos del exportadores Ecuador. *ProEcuador*. From [file:///C:/Users/User/Downloads/PROEC\\_BIC2018\\_04\\_MEXICO.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/PROEC_BIC2018_04_MEXICO.pdf)
- Pro-Ecuador. (2019, Marzo 19). Balanza comercial deficitaria sigue siendo un tema que preocupa a gobierno indonesio. Quito, Ecuador. From <https://www.proecuador.gob.ec/balanza-comercial-deficitaria-sigue-siendo-un-tema-que-preocupa-a-gobierno-indonesio/>
- Rainforest Alliance. (2022, Enero 31). *Rainforest Alliance*. From <https://www.rainforest-alliance.org/es/perspectivas/exito-productores-rambutan-honduras/>
- Sánchez, K. (2017). *Análisis de viabilidad para la producción y exportación de pulpa de achotillo hacia Alemania por medio de la creación de una asociación de productores*. Universidad de Guayaquil. From <https://1library.co/document/y8g3pkwz-analisis-viabilidad-produccion-exportacion-achotillo-alemania-asociacion-productores.html>
- SENAE. (2010). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. From <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SENAE. (2022). *Arancel Aduanero Ecuador*. Quito. From <https://guruaranceles.com/overview/info?q=harina%20pl%C3%A1tano&page=1&countries=EC&country=EC&reference=2602960&code=1106301000&index=SGFyaW5hIGRIIHBS4XRhbm8gbyBiYW5hbmFz>

- SGE. (2020). El comercio exterior ante los retos de 2020. *Francia*, 1-3. doi:0214-8307
- SIAP. (2019). *boletín de exportacion de Rambután*. México: Administración General de Aduanas del Servicio de Administración Tributaria. From [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/511470/Exportaciones\\_rambut\\_n\\_2019.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/511470/Exportaciones_rambut_n_2019.pdf)
- Sidorov, V. N., & Sidorova, E. V. (2020). La sistematización de los instrumentos internacionales de facilitación del comercio exterior en la era moderna. *Ciencia jurídica*, 77-89.
- Steen, M. V., & Saurenbach, C. (2017, Marzo). *Acuerdo comercial Ecuador - Unión Europea*. Delegación de la Unión Europea en Ecuador. From European Union External Action Service: <https://1library.co/document/yn7d6xpz-coordinaci%C3%B3n-del-contenido.html>
- Valencia, J., Uba López, A. M., Moná, A. M., Valencia Arias, A., & Patiño Vanegas, C. (2019). Evolución y tendencias investigativas en marketing orientado a industrias culturales y creativas: un análisis bibliométrico en Scopus. *Semestre Económico*, 189-213.
- Virgilio R, A. (2020). *El proceso productivo agrícola y su contribución en el desarrollo de una cadena Exportadora del Rambután en Satipo-Junín 2019*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **FORMATO ENCUESTA**



**Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales**  
**Carrera: Administración de Empresas con énfasis en negocios internacionales**

#### **Cuestionario de preguntas para encuesta con productores de achotillo**

**Objetivo: Analizar el uso del comercio exterior como herramienta para la exportación de achotillo a España**

1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza relacionada con el achotillo?
2. ¿Ha realizado actividades de exportación hacia la Unión Europea?
3. ¿Considera que existe un mercado potencial para la exportación de achotillo?
4. ¿Considera que las entidades gubernamentales deberían participar en la exportación de achotillo?
5. ¿Qué indicadores considera que contribuyen en mejorar la oferta exportable del achotillo?
6. ¿Considera que existe demanda de achotillo en el mercado de España?
7. ¿Considera importante la implementación de estrategias para la exportación de achotillo?
8. ¿Considera necesario que los productores de achotillo se asocien para fortalecer la exportación?

9. ¿Considera que el comercio exterior es una herramienta para la exportación de achotillo?