



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ CON BANANO
DE LA EMPRESA LA HUERTA, AL MERCADO DE MURCIA,
ESPAÑA**

TUTOR(A):

MSC. JOSÉ LUIS GONZÁLEZ MÁRQUEZ

AUTORES:

ANDREA PAULINA CUEVA MUÑOZ

MARLON IVÁN ENRÍQUEZ TOALA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Exportación de mermelada de maracuyá con banano de la empresa La Huerta, al mercado de Murcia, España	
AUTOR/ES: Andrea Paulina Cueva Muñoz Marlon Iván Enriquez Toala	REVISORES O TUTORES: MSC. José Luis González Márquez
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	GRADO OBTENIDO: Ingeniero en Comercio Exterior
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	CARRERA: Comercio Exterior
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 123 PÁGS.
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: Exportación, importación, comercio internacional, mercado, fruta	
RESUMEN: El presente trabajo de investigación está enfocado en el diseño de un plan dirigido a la exportación de mermelada de maracuyá con banano, para La Huerta de Ina, al mercado de la región de Murcia, España, a fin de promover la exportación y consiguiente comercialización de este producto ecuatoriano en dicho mercado. Esto contribuirá al cambio en la matriz productiva del país, planteado en el Plan Nacional de Desarrollo. Para lograr este objetivo, se recopilan referentes teóricos para fundamentar el proceso de exportación de productos ecuatorianos al mercado español; se analizan los datos recogidos para conocer el estado actual de dicho mercado y las posibilidades de comercializar el producto propuesto. La investigación aplicó los métodos inductivo y deductivo, tanto para recoger información particular del objeto de estudio, como para bosquejar la idea defender de la investigación. Se trata de una investigación no experimental, descriptiva y de campo,	

<p>con un enfoque mixto, lo cual se refleja en las técnicas y herramientas aplicadas, pues se optó por la entrevista y la encuesta. La población sobre la cual se lleva a cabo este estudio incluye a importadores de mermelada de Murcia, exportadores ecuatorianos de fruta procesada, y representantes tanto de la Huerta de Ina como de Pro Ecuador. El análisis de los resultados permitió concluir que el desarrollo de un plan de exportación de mermelada de maracuyá con trozos de banano para la empresa La Huerta de Ina, promoverá la comercialización del producto en el mercado de Murcia, España.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Andrea Paulina Cueva Muñoz Marlon Iván Enriquez Toala	Teléfono: 0991712631 0959836710	E-mail: acuevam@ulvr.edu.ec menriquezt@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Oscar Machado Álvarez (Decano) Teléfono: 2596500 Ext. 201 Decanato E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec PhD. Mónica Villamar Mendoza (Director de Carrera) Teléfono: 2596500, Ext. 264 E-mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

export maracuya

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ute.edu.ec

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to upec

Trabajo del estudiante

1%

3

www.agrolibertad.gob.pe

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE

Trabajo del estudiante

1%

5

www.slideshare.net

Fuente de Internet

1%

6

bibliotecadelabogado.blogspot.com

Fuente de Internet

1%

7

1library.co

Fuente de Internet

1%

8

repositorio.uisek.edu.ec

Fuente de Internet

1%

9

Submitted to UISEK

Trabajo del estudiante



MSC. José Luis González Márquez

C.C. 0920145661

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados ANDREA PAULINA CUEVA MUÑOZ y MARLON IVÁN ENRIQUEZ TOALA, declaran bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ CON BANANO DE LA EMPRESA LA HUERTA, AL MERCADO DE MURCIA, ESPAÑA, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autores

Firma:



ANDREA PAULINA CUEVA MUÑOZ

C.C. 0952171023

Firma:



MARLON IVÁN ENRIQUEZ TOALA

C.C. 0926528076

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ CON BANANO DE LA EMPRESA LA HUERTA, AL MERCADO DE MURCIA, ESPAÑA, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Educación de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ CON BANANO DE LA EMPRESA LA HUERTA, AL MERCADO DE MURCIA, ESPAÑA, presentado por los estudiantes ANDREA PAULINA CUEVA MUÑOZ y MARLON IVÁN ENRIQUEZ TOALA, como requisito previo, para optar al Título de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose aptos para su sustentación.

Firma:



MSC. José Luis González Márquez

C.C. 0920145661

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud eterna a Dios por permitirme llegar a un punto donde no todos lo pueden lograr, mi gratitud a él por ser el soporte en mis días de mayor oscuridad e incertidumbre.

Agradezco a mis padres quienes a lo largo de este camino supieron encontrar la manera de empujarme hacia adelante con sus palabras, acciones y cariño, a mis hermanos por su manera desinteresada al momento de brindarme la ayuda moral, económica y espiritual para poder suplir las necesidades propias de una aventura académica.

A mis docentes quienes fueron fuentes de conocimiento infinito y supieron corregir con firmeza y voluntad algo propio de quienes tienen a la docencia como vocación y no solo como una cifra al final del mes en una cuenta.

A mis amigos, personas que no tienen ningún vínculo sanguíneo y sin embargo supieron brindarme su ayuda en momentos de apremio.

Marlon Enríquez Toala

DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a la memoria de quienes ya no están físicamente con nosotros, personas que la vida les brindó una segunda oportunidad en un mundo lejos de nuestra comprensión, este trabajo va dedicado a la memoria de familiares y amigos que emprendieron un viaje anticipado, un viaje que estuvo al principio cargado de emociones y ahora en mansedumbre de la redacción provoca una nostalgia propia de los recuerdos en donde las sonrisas aún se podían ver con los ojos a diferencia de hoy que se las ve con el alma.

Hortensia, Geovanny, Andrés, Antonia, Pedro, Alicia, Pascual, Denisse, Stanlin, Dave, Don Antonio son solo algunos de nombres de personas a las que les gustaría compartir este momento conmigo, un abrazo hacia el infinito para ellos.

Pero sin duda esto no hubiera sido posible sin la ayuda incondicional de la Sra. Jeakeline Quishpe que con su colaboración nos brindó las herramientas para poder llevar a cabo este arduo trabajo, un mar de bendiciones para ella.

Marlon Enríquez Toala

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, darle gracias a Dios por haberme permitido culminar mi carrera universitaria con vida y salud.

Agradezco a mis padres, hermanos, hijo, esposo y abuela por forjarme como la persona que soy. En especial a mis padres Norma Muñoz y Rodrigo Cueva por motivarme a diario a seguir adelante y no permitirme decaer ante las adversidades de la vida. Les estoy infinitamente agradecida por todo su esfuerzo, dedicación y por darme el privilegio de poder estudiar en la Universidad, sé que al cumplir este sueño de ser una profesional los llena de orgullo. También a mi hermana menor Angie Cueva porque su ayuda fue muy fundamental a lo largo de toda mi carrera.

A mi hijo Alejandro Bajaña por ser mi mayor razón para esforzarme a diario y por vivir conmigo cada etapa de esta carrera. Fuiste, eres y siempre serás mi más grande motivación e inspiración para superarme en esta vida. A mi compañero de vida Pedro Bajaña, por brindarme todo su apoyo, amor y estar a mi lado en todo momento. Gracias por darme la esperanza de que lograría ser una profesional y por toda su paciencia en mis momentos de frustración.

Y un agradecimiento general a las hermanas que la vida me dio, Sonnia Escobar, Lucy Jurado, Yomira Ganchozo y Gabriela Orellana, gracias por estar siempre para mí y por no dejar que me rinda. Han sido muy importantes en toda esta etapa de mi vida.

Andrea Cueva Muñoz

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación va dedicado a mi abuelita Ambrosia Ferruzola, el ángel de mi vida, que anhelaba tanto verme graduada de la Universidad, me hubiese gustado mucho vivir este momento con ella, pero los designios de Dios no lo permitieron. Pero estoy muy segura que desde donde sea que se encuentre, está infinitamente orgullosa de mí y me bendice todos los días. Fue un pilar fundamental en mi vida y cada logro se los dedico a ella y agradezco haberla podido disfrutar todos estos años.

También se lo dedico a mi familia en general, se lo merecen por ser mi apoyo incondicional. Sin ustedes no lo hubiese podido lograr.

Andrea Cueva Muñoz

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	1
Capítulo I Diseño de la Investigación.....	3
1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del Problema	3
1.3 Formulación del Problema.....	5
1.4 Sistematización del Problema.....	6
1.5 Objetivo General.....	6
1.6 Objetivos Específicos	6
1.7 Justificación de la Investigación	6
1.8 Delimitación de la Investigación	7
1.8.1 Delimitación Espacial y temporal.....	7
1.9 Idea a Defender	8
1.10 Línea de Investigación	8
Capítulo II Marco Teórico.....	9
2.1 Marco teórico referencial.....	9
2.1.1 La Huerta de Ina	9
2.1.2 Trabajos investigativos anteriores	18
2.1.3 Teorías del comercio internacional.....	20
2.1.4 Producción de maracuyá en el Ecuador.....	21
2.1.5 Producción de banano en el Ecuador.....	22
2.1.6 El comercio entre Ecuador y la Unión Europea	23
2.1.7 El proceso de las exportaciones ecuatorianas	24
2.1.8 El proceso de elaboración de mermelada	27
2.2 Marco Conceptual.....	28
2.3 Marco Legal.....	30

2.3.1	Constitución de la República del Ecuador	30
2.3.2	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	32
2.3.3	Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (RCOPCI)	34
2.3.4	Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida 2021-2025	41
Capítulo III Metodología de la Investigación.....		43
3.1	Métodos de investigación	43
3.2	Tipo de investigación.....	43
3.3	Enfoque de la investigación.....	44
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
3.4.1	La entrevista.....	44
3.4.2	La encuesta	45
3.5	Población	45
3.6	Muestra	45
3.7	Resultados de la investigación.....	47
3.7.1	La entrevista a representante de La Huerta de Ina.....	47
3.7.2	Entrevista a representante de Pro Ecuador	49
3.7.3	Encuesta a importadores potenciales de mermelada en Murcia	51
3.7.4	Encuesta a exportadores de mermelada de frutas	62
Capítulo IV La Propuesta		72
4.1	Tema	72
4.2	Justificación	72
4.3	Objetivos de la propuesta.....	72
4.3.1	Objetivo general.....	72
4.3.2	Objetivos específicos	73
4.4	Desarrollo del Plan de Exportación	73
4.4.1	Análisis del exportador	73

4.4.2	Situación actual de la empresa.....	74
4.4.3	Evaluación global	81
4.4.4	Los trámites para exportar	82
4.4.5	La logística.....	85
4.4.6	Documentación necesaria	87
4.4.7	Costos del transporte y flete.....	89
4.4.8	Distribución del producto	89
4.4.9	Incoterms	90
4.4.10	Forma de pago	90
4.4.11	Financiamiento.....	91
	CONCLUSIONES.....	92
	RECOMENDACIONES	94
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Delimitación del problema	7
Tabla 2.	Línea de Investigación.....	8
Tabla 3.	Población y Muestra.	46
Tabla 4.	Importadores – Proveedores de derivados de frutas para Murcia, España	46
Tabla 5.	La Entrevista a representante de La Huerta de Ina.....	47
Tabla 6.	La Entrevista a representante de Pro Ecuador.....	49
Tabla 7.	Condiciones del mercado español para la venta de procesados de fruta. ..	52
Tabla 8.	Preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España.....	53
Tabla 9.	Procedencia de la mermelada que se comercializa en Murcia, España.....	54
Tabla 10.	Importación de mermelada de frutas al año.	55
Tabla 11.	El proceso de importación de bienes de consumo desde Ecuador	56
Tabla 12.	La mermelada de frutas tropicales es conocida en España.....	57
Tabla 13.	Tipos de clientes de la mermelada de frutas comercializada en Murcia .	58

Tabla 14. Conoce de la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de La Huerta de Ina	59
Tabla 15. Probabilidades de que su empresa importe mermelada de frutas tropicales desde Ecuador.....	60
Tabla 16. Nivel de competencia de la mermelada de frutas tropicales ecuatoriana en el mercado español.	61
Tabla 17. El tiempo que la empresa tiene exportando elaborados de frutas	62
Tabla 18. Tipo de producto derivado de frutas que exporta.....	63
Tabla 19. Nivel de aceptación de la mermelada de frutas tropicales en mercado español.....	64
Tabla 20. Condiciones actuales del mercado español para la mermelada de frutas tropicales.....	65
Tabla 21. Motivo por el que escogió el mercado español para exportar	66
Tabla 22. Incoterms utilizado para la exportación de su producto a España.....	67
Tabla 23. Frecuencia con que se han presentado dificultades en la exportación de su producto a España.....	68
Tabla 24. Factor que considera más relevante para el éxito de la exportación	69
Tabla 25. Limitante para la negociación con importadores españoles.	70
Tabla 26. Factor que en su opinión es el más relevante en un plan de exportación.	71
Tabla 27. Clasificación arancelaria mermeladas	80
Tabla 28. Análisis FODA	81
Tabla 29. Importadores – Proveedores de derivados de frutas para Murcia	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas.....	5
Figura 2. Logo de la empresa.	9
Figura 4. Introducción de árboles leguminosos en la finca.	10
Figura 3. Productos elaborados por La Huerta de Ina.	11
Figura 5. Aspectos considerados en el programa de trabajo de la finca.....	14
Figura 6. Formas de alimentación orgánica de la finca.....	15
Figura 7. Control de plagas de la finca.....	15
Figura 8. Cadena de valor de los productos de La Huerta de Ina.....	16
Figura 9. Flujo en la elaboración de mermelada en La Huerta de Ina.....	17

Figura 10. Pasos para el registro de exportador.....	25
Figura 11. Trámites para Declaración Juramentada (DJ).	26
Figura 12. Proceso de exportación.	26
Figura 13. Condiciones del mercado español para productos procesados.	52
Figura 14. Preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España.....	53
Figura 15. Preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España.....	54
Figura 16. Importación de mermelada de frutas al año	55
Figura 17. El proceso de importación de bienes de consumo desde Ecuador	56
Figura 18. La mermelada de frutas tropicales es conocida en España	57
Figura 19. Tipos de clientes de la mermelada de frutas comercializada en Murcia	58
Figura 20. Conoce de la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de La Huerta de Ina	59
Figura 21. Probabilidades de que su empresa importe mermelada de frutas tropicales desde Ecuador.....	60
Figura 22. Nivel de competencia de la mermelada de frutas tropicales ecuatoriana en el mercado español.....	61
Figura 23. El tiempo que la empresa tiene exportando elaborados de frutas	62
Figura 24. Tipo de producto derivado de frutas que exporta.....	63
Figura 25. Nivel de aceptación de la mermelada de frutas tropicales en mercado español.....	64
Figura 26. Condiciones actuales del mercado español para la mermelada de frutas tropicales.....	65
Figura 27. Motivo por el que escogió el mercado español para exportar.....	66
Figura 28. Incoterms utilizado para la exportación de su producto a España	67
Figura 29. Frecuencia con que se han presentado dificultades en la exportación de su producto a España.....	68
Figura 30. Factor que considera más relevante para el éxito de la exportación a España.....	69
Figura 31. Limitante más relevante para negociación con importadores.....	70
Figura 32. Factor más relevante en un plan de exportación.	71
Figura 33. Ubicación de la Finca de La Huerta de Ina.	73
Figura 34. Organigrama de La Huerta de Ina.....	75

Figura 35. Representante legal de La Huerta de Ina.....	75
Figura 36. Agricultor.	76
Figura 37. Horticultor.	76
Figura 38. Peón de La Huerta de Ina.	77
Figura 39. Elaboración de mermelada.	77
Figura 40. Mermelada de maracuyá con banano.	79
Figura 41. Pasos previos a la importación de bienes.	82
Figura 42. Precios de la firma electrónica en archivo Token.	84
Figura 43. Empaque del producto.....	86
Figura 44. Pallets.	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo #1 Certificado de Finca Agroecológica	101
Anexo #2 Encuesta a Importadores de Elaborados de Frutas	102
Anexo #3 Encuesta a Exportadores Ecuatorianos de Elaborados de Frutas.....	104
Anexo #4 Entrevista a Representante de La Huerta de Ina	106
Anexo #5 Entrevista a Representante de Pro Ecuador Roberto Intriago Dávila..	108

Introducción

El presente estudio se enfoca en la elaboración de un plan dirigido a la exportación de un producto elaborado de frutas tropicales ecuatorianas, como es el caso de la mermelada de maracuyá con banano, para La Huerta de Ina, y dirigida al mercado de la región de Murcia, España. Con esto, se pretende promover la exportación y consiguiente comercialización de este producto ecuatoriano en el mercado español.

En el desarrollo de este estudio se plantea la falta de un plan de exportación para la empresa, que esté centrado en un producto industrializado como la mermelada de maracuyá con banano, y que a la vez contribuya al cambio en la matriz productiva planteado en la planificación a largo plazo del Plan Nacional de Desarrollo, el mismo que propugna una economía que pueda generar un alto valor agregado. Por consiguiente, este estudio se desarrolla en cuatro capítulos:

Capítulo I. Describe el diseño teórico de la investigación. En esta sección se incluye el planteamiento del problema, su formulación y sistematización. Adicionalmente se definen los objetivos general y específico; se lleva a cabo la justificación de la investigación así como la delimitación del problema, y se establecen la idea a defender y la línea y sub-línea de investigación de este estudio, apegada a la Facultad de Administración de la ULVR.

Capítulo II. Desarrolla el Marco Teórico de la investigación, el mismo que incluye información referente a la empresa, otros estudios con características similares a este trabajo, y las teorías fundamentales que sustentan y validan las variables del presente trabajo. Por añadidura se incluye el marco conceptual, el mismo que conceptualiza los principales términos relacionados al tema, y el marco legal, detallando las leyes, reglamentos y normas que respaldan el desarrollo de la investigación y ratifican su importancia.

Capítulo III. Este capítulo desarrolla el Marco Metodológico e incluye el método, el tipo de investigación, su enfoque, las técnicas e instrumentos utilizados para recoger los datos relevantes al tema y que luego son procesados y analizados. Adicionalmente, se incluye una descripción de la población y de la muestra utilizada para realizar este estudio. Finalmente, se incluyen conclusiones preliminares respecto a lo que los datos mostraron.

Capítulo IV. Esta sección plantea la propuesta, la misma que está dirigida a dar una solución al problema de la investigación. Esta propuesta consiste en el desarrollo de un plan

de exportación de mermelada de maracuyá con banano para la empresa La Huerta, a fin de promover la comercialización de este elaborado en la región de Murcia, España, en el periodo 2020-2021. Luego de este capítulo se incluyen las conclusiones y recomendaciones generales del estudio, las mismas que sintetizan los principales argumentos y los resultados obtenidos.

Capítulo I

Diseño de la Investigación

1.1 Tema

Exportación de mermelada de maracuyá con banano de la empresa La Huerta, al mercado de Murcia, España.

1.2 Planteamiento del Problema

Históricamente, el Ecuador se ha caracterizado por comercializar principalmente bienes primarios en el mercado internacional. Entre estos bienes sobresalen petróleo, camarón y banano, mientras que en un porcentaje mucho menor, se encuentran los productos industrializados. Esta diferencia causa que el país tenga una fuerte dependencia del ingreso por la venta de bienes que no incluyen valor agregado, y que por consiguiente no generan suficientes plazas de trabajo.

En el más reciente Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 emitido por Senplades (2021) se hace énfasis en la necesidad de promover la productividad y la diversificación productiva, lo cual ratifica que el Ecuador apunta de manera decidida a la exportación de bienes con valor agregado, con la intención de mantener una economía inclusiva, establecer cambios en su matriz productiva y promover una sociedad más solidaria y corresponsable. En este cambio se hace énfasis en el sector agrícola, para que no solo se produzcan bienes con calidad, sino que se incentive la comercialización de estos productos con valor agregado a nivel internacional.

Por otra parte, la población ecuatoriana en la región de Murcia, España es de aproximadamente 50 mil personas. Esta ciudad, junto a Madrid, Barcelona y Milán, es una de las ciudades con mayor número de migrantes ecuatorianos en Europa (Agencia EFE, 2021). El migrante ecuatoriano tiende a buscar sus raíces ecuatorianas para así sentirse como en casa, por lo que esta población se convierte en una oportunidad para comercializar productos del país, basándose en que el hábito de consumo se asocia con variables sociológicas, económicas y demográficas que explican el proceso de satisfacción de las necesidades del ser humano. Por otra parte, a pesar de que España es un país productor de frutas tradicionales por excelencia, tales como uvas, manzanas, cerezas, durazno, entre otras, en los últimos años se ha incrementado de manera importante la demanda de frutas tropicales

o exóticas y sus derivados. Esta tendencia no solo se ve en España, sino en general en toda Europa (The Food Tech, 2021).

La Huerta de Ina es una microempresa familiar legalmente constituida, dedicada a la elaboración de productos orgánicos artesanales, entre los que se encuentran las mermeladas. La empresa describe su producción de cultivos como tropicales y exóticos, además de llevar a cabo un procesamiento gourmet agro-ecológico artesanal de conservas de frutas tropicales exóticas, cuya principal producción es aquella de mermelada. La empresa lleva a cabo todas las fases que se determinan en la cadena de valor en su finca, la misma que se ubica en Santo Domingo de los Tsáchilas. Como primer paso dentro del proceso se cultivan los frutos, para culminar en la elaboración del producto terminado para su venta en el mercado interno. Sus procesos agro-ecológicos se orientan a la autonomía y sostenibilidad para lograr la independencia de insumos externos.

Uno de los productos elaborados que la empresa oferta en mayor volumen es la mermelada de maracuyá con trozos de banano. De acuerdo con la FAO (2021), la comercialización de mermeladas es un negocio bastante competitivo, básicamente porque la elaboración de este producto es relativamente fácil. Sin embargo, es posible lograr una diferencia en el producto en relación con otros basados en su calidad, envase y etiquetado.

A pesar de su potencial productivo e innovación en sus procesos, la oferta y comercialización de los productos de La Huerta de Ina son aún limitadas, pues el negocio de esta microempresa se centra únicamente en el mercado interno. Entre las razones para este limitado crecimiento estaría la falta de conocimiento respecto a la aceptación y demanda que la mermelada ecuatoriana tiene en el mercado europeo, especialmente en el de España, donde la comunidad ecuatoriana es significativa. Adicionalmente, si bien la empresa cuenta con una infraestructura propia para satisfacer la demanda interna, la falta de acceso a créditos le ha impedido mejorarla para expandir su negocio. Consecuentemente, la oferta ecuatoriana de los elaborados de fruta en el exterior, en particular de mermelada, sería insuficiente, limitando la exportación de productos derivados del banano y la maracuyá, con la consecuente pérdida de oportunidades comerciales frente a otros países productores de fruta y sus derivados. Cabe indicar que la exportación de mermeladas cayó en el 2020 en -52% en volumen en relación con el año anterior (BCE, 2021).

La presente investigación busca generar nuevas oportunidades para el negocio en el exterior de La Huerta de Ina, y de este modo lograr un adecuado crecimiento de esta empresa,

mediante la exportación y comercialización de su mermelada de maracuyá con trozos de banana, y además contribuir al cambio de la matriz productiva del país. Para este propósito, el presente estudio propone el diseño de un plan de exportación que promueva la aceptación de este producto elaborado en el mercado de la región de Murcia, España, y seleccione técnicas de comercialización adecuadas para su correcta promoción.

El diseño de un plan de exportación para la mermelada de maracuyá con trozos de banana hacia el mercado de Murcia, España por parte de La Huerta de Ina, ratificará el hecho que el Ecuador es capaz de exportar no solo productos tradicionales, sino también otros productos elaborados a base de frutas, como la mermelada, expandiendo el negocio de la empresa al exterior.

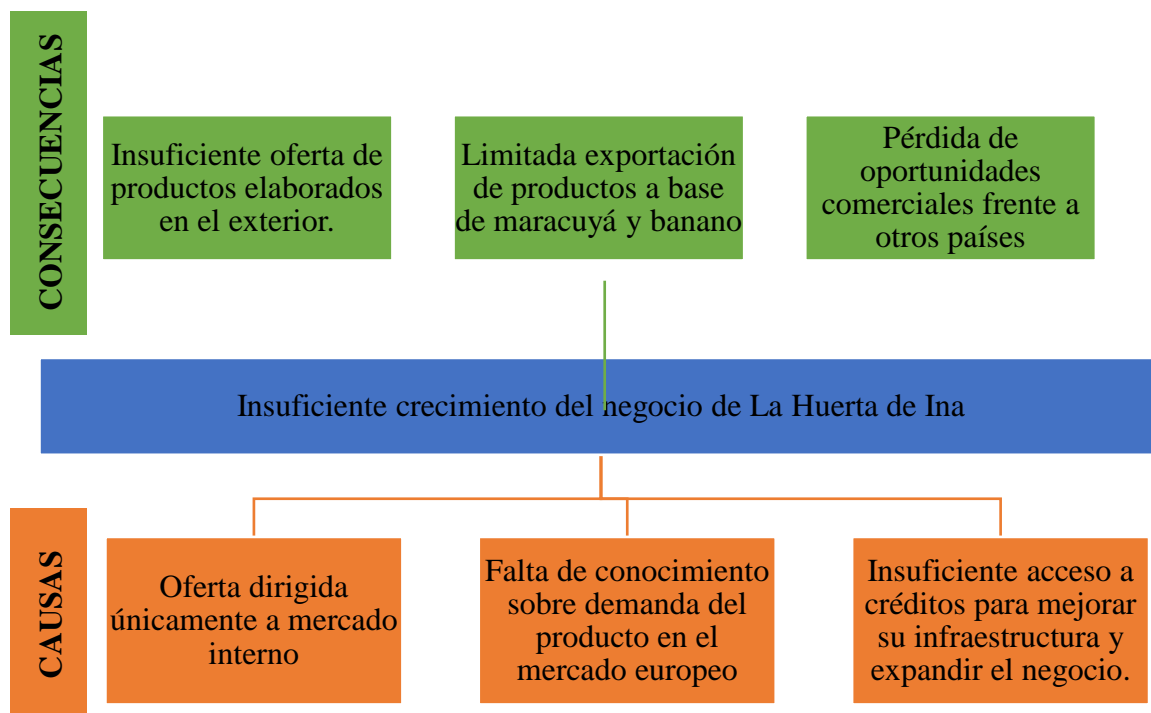


Figura 1. Árbol de problemas.

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera contribuirá a la empresa La Huerta un plan de exportación de mermelada de maracuyá con banana dirigido al mercado de Murcia, España?

1.4 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los referentes teóricos que fundamentan el proceso de exportación de productos ecuatorianos al mercado de Murcia, España?
- ¿Cuál es el estado actual del mercado español y las posibilidades de comercialización del producto propuesto?
- ¿Qué requisitos de ley son necesarios para llevar a cabo el proceso de exportación de mermelada de maracuyá con banano al mercado de Murcia, España?
- ¿Qué aspectos deben considerarse en la elaboración de un plan de exportación de mermelada de maracuyá con trozos de banano a fin de que se facilite la comercialización del producto en el mercado escogido?

1.5 Objetivo General

Desarrollar un plan de exportación de mermelada de maracuyá con banano para la empresa La Huerta de Ina, a fin de promover la comercialización del producto en el mercado de Murcia, España, en el periodo 2020-2021.

1.6 Objetivos Específicos

- Recopilar los referentes teóricos que fundamenten el proceso de exportación de productos ecuatorianos al mercado español.
- Analizar la información para conocer el estado actual del mercado español y las posibilidades de comercialización del producto propuesto, así como los requisitos que la ley requiere para su exportación.
- Diseñar un plan de exportación de mermelada de maracuyá con banano que promueva la comercialización del producto en el mercado de Murcia, España.

1.7 Justificación de la Investigación

El Ecuador ha planteado el cambio de su matriz productiva para favorecer la producción de bienes con valor agregado que puedan ser exportados al mercado internacional, y lograr contar con una industria competitiva que genere mayores ingresos.

El presente estudio tiene gran importancia pues busca promover el comercio en forma de exportaciones, de un producto industrializado ecuatoriano a uno de los mayores mercados europeos, como es el de la ciudad de Murcia, España. Con ello, además favorece

el cambio y la mejora de la matriz productiva del Ecuador, lo cual está propuesto en el Plan de Desarrollo 2021-2025, promoviendo el ingreso al mercado español de la fruta procesada ecuatoriana, favoreciendo también el crecimiento del negocio de la empresa La Huerta de Ina.

El aporte que este proyecto brinda a la sociedad radica en que contribuye con el cambio de la matriz productiva, favoreciendo de este modo la diversificación de la producción y generando mayor valor agregado, como la generación de mayores plazas de empleo de la zona dedicado a la elaboración de mermelada de frutas. De esta manera, el proyecto busca también mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector.

Este proyecto de investigación beneficiará a la empresa La Huerta de Ina, que en un mercado competitivo incrementará el alcance de su negocio a destinos internacionales. Se benefician también los habitantes del sector, pues se generarán nuevas plazas de trabajo para suplir las necesidades propias de la elaboración, exportación y comercialización del producto en el exterior. Adicionalmente se beneficiarán los migrantes ecuatorianos en Murcia y zonas aledañas, quienes podrán contar con un producto de calidad de su país de origen.

Para finalizar, la propuesta de esta investigación del diseño de un plan de exportación impactará de manera positiva no solo a la economía de la empresa La Huerta de Ina, sino a la del sector agrícola, de operadores que ofrezcan transporte de carga y embalaje del país, y del país en general, al favorecer el cambio de la matriz productiva que prioriza la producción de bienes industrializados.

1.8 Delimitación de la Investigación

1.8.1 Delimitación Espacial y temporal

Esta investigación se lleva a cabo en la microempresa La Huerta de Ina. basándose en la oportunidad de expandir el negocio a través de la exportación de mermelada de maracuyá con trozos de banano, en el período 2021-2022, para lo cual se hará el respectivo levantamiento de información.

Tabla 1. Delimitación del problema

Delimitación del problema

- Campo: Producción y exportación
- Área: Comercio Exterior
- Producto: Mermelada de maracuyá con trozos de banano

- Destino: Murcia, España
- Empresa: La Huerta
- Población: Representantes del sector exportador ecuatoriano e importador español
- Período: 2021

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

1.9 Idea a Defender

El desarrollo de un plan de exportación de mermelada de maracuyá con trozos de banano para la empresa La Huerta de Ina, promoverá la comercialización del producto en el mercado de Murcia, España, y mejorará el crecimiento del negocio de la empresa.

1.10 Línea de Investigación

Tabla 2.

Línea de Investigación

Línea Institucional	Línea de la Facultad
Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.	Desarrollo empresarial y del talento humano

Fuente: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Marco teórico referencial

2.1.1 La Huerta de Ina

2.1.1.1 Antecedentes

El presente proyecto se basa en La Huerta de Ina, el cual es el nombre comercial de un emprendimiento agrícola de Jeakeline Quishpe Toapanta. Esta huerta está localizada en Santo Domingo de los Tsáchilas, en el Recinto Congoma Chico, Sitio Paraguas, Parroquia Puerto Limón, e inició sus actividades en el año 2005 (SRI, 2021). La finca es considerada microempresa, consolidándose en el año 2012, cuando fue vista como una finca agroecológica-artesanal, certificándose como tal en el año 2015 (Anexo 1), por tanto, toma el equilibrio ambiental como la base para sus productos (Figura 2).



Figura 2. Logo de la empresa.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

La Huerta de Ina realiza sus operaciones una finca pequeña de tan solo 7 hectáreas, en la cual existen más de 80 tipos de cultivos, destacando entre ellos los frutos exóticos. En esta finca se lleva a cabo toda la cadena de valor, iniciándose en el cultivo de los frutos y culminando en el producto final, el cual queda listo para su comercialización. La empresa ofrece como valor agregado un producto en cuya elaboración intervienen frutas agroecológicas, sin contaminantes que pudieran afectar la salud de quienes los consumen, y con más nutrientes. Adicionalmente, La Huerta de Ina ofrece entre sus productos elaborados,

una mezcla de recetas antiguas e innovadoras, prevaleciendo la innovación y la experimentación.

En el año 2014, este emprendimiento obtuvo un galardón en el concurso Sabores y Delicias de Nuestro Ecuador, con sus condimentos sales marinas. Este concurso tuvo como objetivos la implementación, identificación y selección de productos agroalimentarios con innovación, identidad nacional, sostenibles e inclusivos, que generen procesos de valorización.

A inicios del año 2021, La Huerta de Ina identificó una mejora en la gestión de los procesos ecológicos, los mismos que se implementaron de inmediato y consistieron en una mayor diversidad genética. Es así que se introdujo las variedades copoazú, heliconias y aceituna tropical dentro del bosque de la finca. De este modo, se busca crear diversas barreras que mejoren el suelo y levantar estructuras productivas acorde a los sistemas tropicales de la región (Figura 4).



Figura 3. Introducción de árboles leguminosos en la finca.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

Adicionalmente, la empresa ha realizado alianzas estratégicas con diversos puntos de comercialización entre los que destaca La Favorita, para obtener mayor rentabilidad de este emprendimiento, en búsqueda de un entorno justo para ambas partes.

2.1.1.2 Misión

La misión de La Huerta de Ina es la siguiente:

Ser un emprendimiento agroecológico que contribuye al cuidado de la naturaleza y a la salud de las personas con productos orgánicos artesanales, mediante el cultivo de frutas y hortalizas, para de este modo constituirse en una unidad de negocio rentable, que ocupe una posición favorable en el mercado gourmet agroecológico artesanal de conservas de frutas tropicales exóticas. (La Huerta de Ina, 2021)

2.1.1.3 Visión

La visión de La Huerta de Ina es la siguiente:

Ser la empresa productora y comercializadora de productos gourmet agroecológicos artesanales líder en el mercado, mediante cultivos tropicales exóticos, demostrando que las pequeñas fincas sí son sustentables en el tiempo y manteniendo un crecimiento sostenido. (La Huerta de Ina, 2021)

2.1.1.4 Productos principales

La empresa elabora productos provenientes de circuitos cortos de comercialización, y produce 32 tipos de mezclas entre mermeladas, arropes, aderezos, sales y condimentos, elaborados con cultivos agroecológicos de tipo gourmet (Figura 3).



Figura 4. Productos elaborados por La Huerta de Ina.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

De acuerdo con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIU C103016) su actividad económica principal es la elaboración de compotas, mermeladas y jaleas, purés y otras confituras de frutas o frutos secos, mientras que la clasificación general de la

actividad económica de nivel 1 se encuentra dentro de la sección C, correspondiente a industrias manufactureras, y aquella de nivel 2 pertenece a la sección C10, elaboración de productos alimenticios, la cual tiene que ver con la elaboración los productos provenientes de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, para transformarlos en alimentos y bebidas aptos para el consumo humano o animal (INEC, 2010).

Entre los productos que La Huerta de Ina ofrece se encuentra una gama amplia de elaborados de frutas exóticas y de especias. Estos elaborados se clasifican de la siguiente manera:

- Alrededor de 70 cultivos de frutos exóticos. Entre estos frutos se cultiva maracuyá, papaya, banano, plátano, borojón, arazá, entre otros.
- Alrededor de 50 clases de mermeladas y conservas de frutas exóticas de su propia finca, las que son descritas como ecológicas.
- 10 variedades de condimentos conteniendo de sal marina y hierbas secas.
- Alrededor de 7 variedades de mezclas distintas de arropes elaborados con frutas exóticas.
- Cacao rústico.
- Galletas elaboradas a base de harina de plátano
- Bebidas freshtea.
- Productos deshidratados de frutas
- Productos labiales balsámicos en base a frutas exóticas.

Entre los principales productos elaborados por la finca se encuentran los siguientes:

- Mermeladas agroecológicas y artesanales
 - Piña
 - Maracuyá con trozos de banano
 - Ají con maracuyá
 - Maracuyá con fresa
 - Flores de Jamaica
 - Banana, maracuyá y vainilla
 - Banana y naranja
 - Arazá con mortiño
 - Arazá con trozos de papaya
 - Arazá con fresa
 - Guanábana con mora
 - Guanábana con mortiño
 - Mandarina con trozos de mandarina
 - Riobarbo con naranja

- Zapallo, maracuyá, naranja y quinua
- Zapallo con chocolate
- Arropes
 - Fresa pasión
 - Maracuyá
 - Jamaica
- Bebidas freshtea
 - Cúrcuma y jengibre
 - Moringa y jengibre
 - Jamaica
- Aderezos
 - Vinagre de banano
- Sal del Himalaya Rosada
- Especias
 - Cardamomo
 - Cardamomo con cáscara
 - Cúrcuma
 - Mix de ají
 - Albahaca tropical
 - Culantro silvestre
 - Jengibre y panela orgánica
 - Apio y perejil
 - Pimienta negra y blanca

2.1.1.5 El proceso productivo de la finca

La finca opera bajo los conceptos de agricultura orgánica, en la que se persigue la protección de las reservas biológicas, el cuidado de los bosques, la protección de la fauna y el total respeto a los hábitats existentes en la región. Para ello, La Huerta de Ina implementa el uso de rotación de cultivos, utilizando además estiércol, abonos verdes, harina de roca y la mayor diversidad genética posible, combinando distintas variedades de plantas tropicales dentro del bosque. Adicionalmente, la finca busca enriquecer el bosque que se encuentra en franca recuperación con la incorporación de una mayor cantidad de árboles frutales y plantas leguminosas, así como una variedad mayor de árboles con comida para aves y cacaos de bosque. Con ello se busca demostrar que es posible realizar la gestión de ecosistemas que combinan producción y conservación. Estas medidas buscan la protección al ecosistema y además un beneficio para la empresa como productor.

El programa de trabajo que la finca realiza incluye cinco aspectos que tienen como fin de crear un conjunto de barreras para mejorar suelo y edificar estructuras productivas que sean características de los sistemas tropicales existentes (Figura 5).

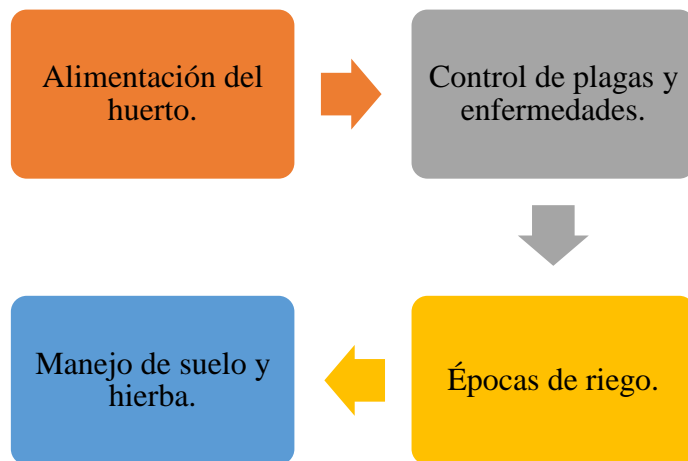


Figura 5. Aspectos considerados en el programa de trabajo de la finca.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

En cuanto a la alimentación del huerto agroecológico, existen dos elementos que son imprescindibles para los cultivos: el agua + CO y los minerales del suelo. La empresa considera al agua como el elemento más importante, y por tanto, una prioridad es procurar que no falte nunca en los cultivos, considerando que es tan perjudicial que falte como que se suministre en exceso. El bióxido de carbono, por otra parte, no es un elemento que genere preocupación, pues existe suficiente en el planeta.

En cuanto a los minerales necesarios que el suelo debe proporcionar a los cultivos, son igualmente importantes, aunque representan un porcentaje menor y se componen de macro y micronutrientes. En el caso de La Huerta de Ina, los minerales para el adecuado crecimiento de los cultivos son obtenidos del humus, el mismo que es producido por la degradación de la materia orgánica mediante insectos, lombrices y otros microorganismos del suelo, y es mezclado con la tierra a fin de crear una composta adecuada y evitar así el uso de agroquímicos.

Sin embargo, de manera paralela, la finca utiliza también harina de roca, la cual se obtiene de moler la roca hasta pulverizarla tanto como sea posible, y mezclarla con la tierra para así obtener los minerales que los cultivos necesitan.

Entre las formas de alimentación orgánica que La Huerta de Ina utiliza en sus cultivos, se encuentran los siguientes (Figura 6):

Estiércol	Composta	Abonos verdes	Harina de roca
<ul style="list-style-type: none"> • Contiene mayor cantidad de nitrógeno. • Es barato. • Se obtiene con mayor facilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si se elabora adecuadamente tiene más beneficios que el abono. • Mayor cantidad de nutrientes por kilogramo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza leguminosas y por tanto se incrementa la cantidad de materia orgánica y nitrógeno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suele obtenerse al moler la roca hasta pulverizarla. • Eventualmente se obtiene de cenizas volcánicas.

Figura 6. Formas de alimentación orgánica de la finca.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

En cuanto al control de plagas y enfermedades, la finca está consciente que el hecho de ser un productor orgánico no libera a sus cultivos de estos peligros, pues éstos dependen usualmente de factores climáticos y hábitos culturales que pueden romper el equilibrio natural de las plantas. Por ello, en los casos en que se ha detectado la aparición de una plaga, la finca utiliza herramientas que la naturaleza le provee (Figura 7):



Figura 7. Control de plagas de la finca.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

Otro de los aspectos que La Huerta de Ina incluye en su programa de trabajo, y lo considera una necesidad es el manejo de suelos. La finca toma a las hierbas como un elemento natural importante para los cultivos, obteniendo los siguientes beneficios:

- Protege a los cultivos de la insolación, pues evita que el sol caliente de manera directa el suelo y por tanto evita que los microorganismos se vean afectados, manteniendo la humedad de la tierra.
- Protege los cultivos de la lluvia y la erosión. Un suelo sin hierbas tiende a erosionarse.
- Extraen minerales del subsuelo. Las raíces verdes de las hierbas extraen más nutrientes del suelo y lo oxigenan.
- Son reservorios de insectos que benefician el suelo.
- Incrementan los microorganismos y mejora la estructura del suelo.

De acuerdo con la información primaria proporcionada por representantes de la empresa, en la elaboración de los distintos productos catalogados como gourmet artesanales, y que están basados en frutas exóticas, la cadena de valor de la finca es la siguiente (La Huerta de Ina, 2021):

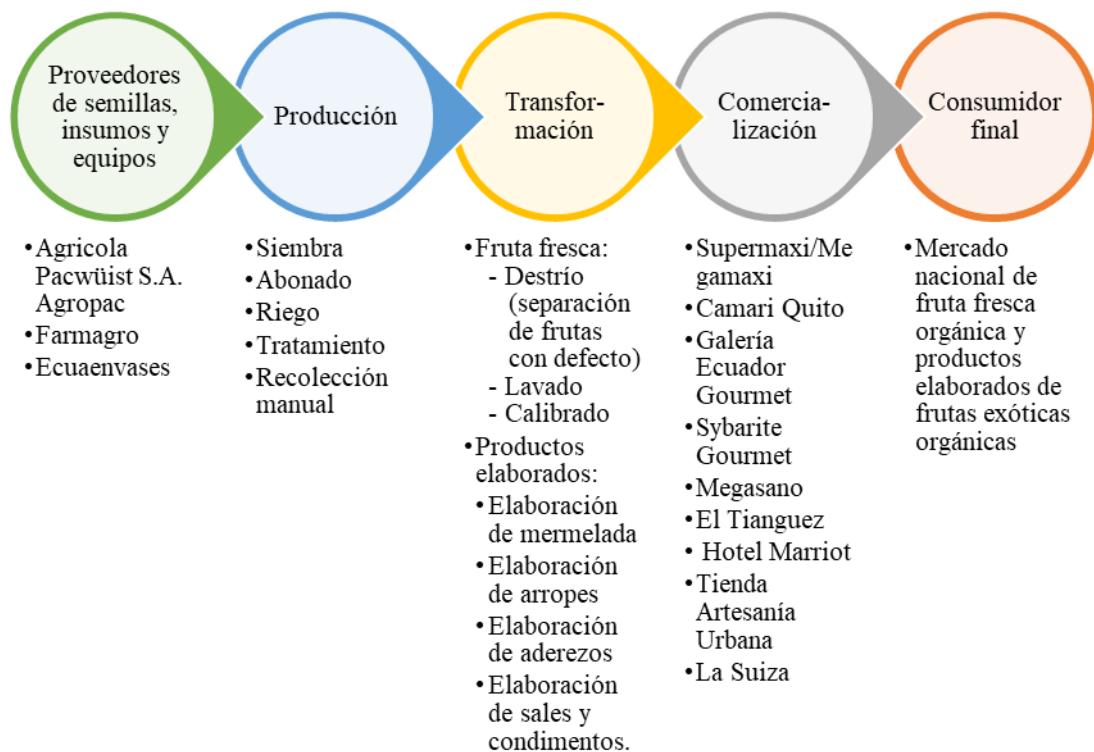


Figura 8. Cadena de valor de los productos de La Huerta de Ina.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

2.1.1.6 La elaboración de la mermelada de maracuyá con banano

Entre las 50 variedades de mermeladas que produce la finca, se encuentra aquella de maracuyá con banano. Este producto cuenta con el registro sanitario No. 06887 INHQAN 0706, el cual fue expedido por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador en el año 2006 con una vigencia de 20 años. El envase utilizado para su comercialización es de vidrio con tapa metálica, y puede manejar contenidos de 25g, 30g, 105g, 115g, 120g, 125g, 130g, 135g, 140g, 145g, 150g, 210g, 500g, 1000g, 2000g y 2500g.

Los ingredientes registrados para la elaboración de esta mermelada incluyen los siguientes, en orden decreciente:

- Azúcar
- Maracuyá
- Banano
- Pectina de frutas

De acuerdo con la información preliminar proporcionada por la empresa, esta mermelada tiene una gran acogida en el mercado nacional. Las frutas con las que se elabora este tipo de mermelada son cultivadas en la finca. La Huerta de Ina dedica 1 hectárea a los cultivos agroecológico de banano y media hectárea al de maracuyá.

La elaboración de esta mermelada presenta el siguiente proceso de fabricación (Figura 9):

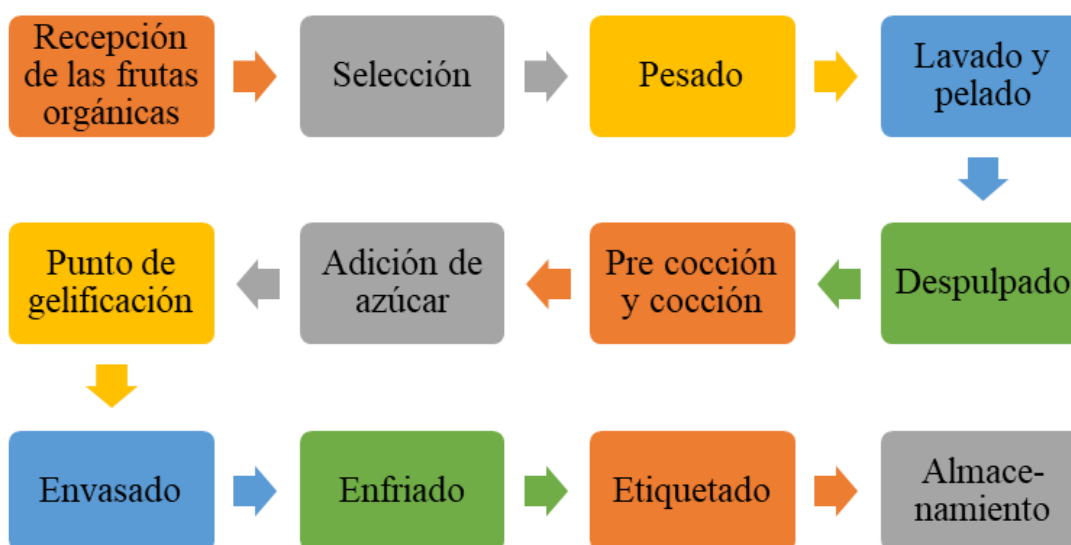


Figura 9. Flujo en la elaboración de mermelada en La Huerta de Ina.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

2.1.2 Trabajos investigativos anteriores

Para contextualizar los aspectos que sustentan la presente investigación, se ha partido de diversos estudios que se han llevado a cabo y que son similares al el presente trabajo, entre los que se figuran varios nacionales e internacionales, y que están relacionados con el proceso de exportación de productos elaborados de fruta.

Rodríguez y Murcia (2019) realizaron un estudio titulado “Análisis de las exportaciones de mermeladas a base de frutas exóticas colombianas endulzadas con Stevia a Alemania”, por el Politécnico Grancolombiano de Bogotá, Colombia, previo a obtener el título de Licenciado en Negocios Internacionales. El objetivo de esta investigación fue el desarrollo de un plan de negocios para exportar mermeladas de frutas exóticas a Alemania. Se aplicó el método inductivo-deductivo con un enfoque mixto, y se demostró la existencia de una demanda insatisfecha en este mercado, así como las ventajas de Colombia para emprender este negocio y lograr rentabilidad para la empresa Hatsu.

Ávila (2017) realizó un estudio titulado “Exportación de mermelada de mango endulzado con Stevia al mercado de Florida, Estados Unidos”, por la Universidad San Martín de Porres de Lima, Perú, como requisito previo para obtener el título de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales. El objetivo de esta investigación fue desarrollar un plan de exportación de mermelada hacia el mercado norteamericano en base a la satisfacción del consumidor con un producto saludable y alimenticio que abra dicho mercado a los elaborados de fruta colombianos. Este trabajo fue de tipo descriptivo, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, lo cual se reflejó en las técnicas de investigación utilizadas para la recogida de datos. Los resultados obtenidos confirmaron que el mercado de los Estados Unidos es altamente competitivo y riguroso, pero con tendencia a consumir productos naturales, en particular aquellos con mango, por lo que además se pudo ratificar que el proyecto es viable y rentable.

Rodríguez (2016) desarrolló una investigación bajo el título “Plan de negocios para la exportación y comercialización de mermelada de ají con maracuyá y mango hacia el mercado de los EE.UU. de Norteamérica en el período 2016-2020”, por la UIDE. Este trabajo se realizó como requisito para la obtención del título de Ingeniero en Negocios Internacionales. Su objetivo es el desarrollo un plan de negocios para exportar y comercializar mermelada de ají ecuatoriana hacia el mercado norteamericano, para lo cual

fue necesario realizar estudios de mercado y de marketing del producto, a fin de identificar las potenciales oportunidades de rentabilidad. Este trabajo investigativo aplicó los métodos deductivo, inductivo, analítico, sintético y estadístico, bajo un tipo de estudio descriptivo y de campo, y un enfoque mixto. La aplicación de las técnicas y herramientas de investigación permitieron concluir que el plan de negocios propuesto brinda ingresos adecuados a los inversionistas y beneficia el cambio de la matriz productiva del país, al ofrecer un producto altamente competitivo que además, genera una adecuada rentabilidad. La investigación presentó un enfoque mixto, característico de la investigación descriptiva y de campo. Los resultados indicaron que es posible comercializar mermelada de frutos exóticos al mercado alemán y por tanto existe viabilidad técnica, financiera y comercial del producto.

Lozano (2021) llevó a cabo un trabajo de investigación titulado “Análisis de las Estrategias de Exportación para Mermeladas de Frutos no Tradicionales”, por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, como requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Marketing. El objetivo de este estudio fue el análisis de las estrategias de exportación para mermeladas de frutos no tradicionales ecuatorianas para captar nuevos mercados en países de la Unión Europea. Este trabajo utilizó una metodología explicativa descriptiva y el método inductivo-deductivo para identificar las falencias existentes en quienes intervienen en el proceso de exportación de este producto. Una vez aplicadas las herramientas de investigación, los resultados que se obtuvieron confirmaron que la aplicación de una estrategia de exportación de naturaleza innovadora es capaz de promover un buen posicionamiento para las mermeladas de frutos no tradicionales ecuatorianos en el mercado internacional.

Freire (2019) llevó a cabo un trabajo investigativo bajo el título “Plan de exportación de mermelada de carambola al mercado alemán para la empresa Sierra Negra A.C.P.” El estudio se realizó como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Como principal objetivo, esta investigación intentó internacionalizar a la empresa mediante el desarrollo de un plan de exportación de mermelada a Alemania. Para ello, se consideró aplicar un estudio de tipo descriptivo y de campo, con un enfoque mixto. Los resultados de esta investigación ratificaron que un plan de exportación para este producto elaborado aporta de manera importante a la internacionalización de la empresa Sierra Negra, pues Alemania presenta condiciones favorables para este producto ecuatoriano, por lo que la factibilidad económica para la exportación del producto es alta.

2.1.3 Teorías del comercio internacional

Para una mejor comprensión del comercio exterior, es importante revisar las distintas teorías surgidas de la evolución del comercio internacional, las cuales se tratan a continuación:

a) Teoría clásica de la ventaja absoluta.

Esta teoría fue planteada por Adam Smith y enfatiza la relevancia de un comercio libre que genere mayor riqueza para las naciones. Smith basó esta teoría en el ejemplo de que un hombre cabeza de una familia trata de producir en el hogar un bien con costos más altos de lo que vale comprarlo. Este ejemplo, trasladado a un país extranjero que llamaremos X, significaría que X podría suplir a un país Z de un producto más barato de lo que el país Z puede producir. Así, la ventaja absoluta es la producción de un bien a un costo menor (Jiménez, 2019).

b) Teoría pura y monetaria del comercio internacional

Esta teoría presenta dos campos de estudio para el comercio internacional: la teoría pura y la teoría monetaria. La primera tiene que ver con el análisis de valor aplicado al intercambio internacional y la segunda, explica la circulación de la moneda y sus efectos, y el uso de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros para contrarrestar los desequilibrios en la balanza de pagos (González, 2015).

c) Teoría del equilibrio y del comercio internacional

Esta teoría está basada en el estudio tanto del mercado como de los precios de la mercancía en declive, y pondera la consecución de ganancia, sin importar el medio como se obtenga. En este proceso, el rol del dinero es únicamente facilitar la medición económica, sin dar importancia a los precios (Pérez & Sánchez, 2017).

d) Teoría de la localización

Esta teoría inicia desde la percepción que los recursos naturales son limitados y se distribuyen de manera desigual en el planeta. Por tanto, esta desigualdad en la distribución de los recursos naturales propicia diferentes condiciones entre regiones para la producción de ciertos artículos (Jiménez, 2019).

e) Teoría de la ventaja comparativa

Esta teoría es planteada por David Ricardo, y se la considera fundamental para explicar el impulso del comercio internacional. Se basa en que un país debe especializarse en aquellas actividades en las posee mayor ventaja, y no precisamente en aquello que hace mejor que otros (González, 2015).

f) Teoría de las proporciones factoriales

Esta teoría es también llamada Teoría de Heckscher-Ohlin y afirma que la ventaja comparativa se determina por la interacción entre los recursos de un país, es decir la interacción entre la abundancia y la intensidad con la que son explotados determinan una ventaja comparativa (Vidal, 2021).

g) Teoría marxista del comercio internacional

Esta teoría se basa en el convencimiento de Marx de que existen asimetrías en el comercio mundial, asegurando que reparto de los beneficios que genera el comercio internacional no es equitativo, y favorece mucho más a los países desarrollados que a los subdesarrollados (Enríquez, 2017)

h) Teoría sobre el origen del intercambio desigual

Esta teoría afirma que el comercio causa marcadas diferencias marcadas sobre los recursos de cada país dirigido a producir un bien, y que de este modo, se origina un intercambio inequitativo entre países (Pérez & Sánchez, 2017).

2.1.4 **Producción de maracuyá en el Ecuador**

El maracuyá o parcha, es originaria de la Amazonía de Brasil, siendo luego difundida a Australia, para llegar después a Hawai. Esta planta es de origen tropical, con sabor intenso y alta acidez, lo cual se aprecia mucho en países como Estados Unidos, de la Unión Europea y Asia (Chávez, 2018). El maracuyá se cosecha todo el año calendario, con dos picos de producción, de abril a junio y en octubre. A partir de la década de los 70 el Ecuador fue parte del grupo de países que producen esta fruta. Se la consume como fruta fresca, en pulpa para jugos, para helados, salsas, postres, y puede mezclarse fácilmente con otras frutas debido a su sabor intenso y agradable color. Esta fruta tiene una excelente acogida en los mercados nacional e internacional, pues contiene un alto valor nutricional debido a su fácil proceso de envase con bajos niveles de preservantes (Bonilla, 2016).

En el Ecuador, el maracuyá (*Pasiflora edulis* f. *flavicarpa* Deg.), se cultiva en la Costa ecuatoriana, especialmente en las provincias de los Ríos, donde existen alrededor de 18.553 ha entre los cantones Quevedo y Mocache; en Manabí con 4.310 ha y en Esmeraldas con 1.247 has en los cantones Quinindé y La Concordia. , con una producción de 247 973 toneladas y productividad media de 8 6 t/ha. La producción de maracuyá está orientada a extraer su jugo y producir pulpa de la cáscara y semilla (Ortiz, 2018).

La corteza del maracuyá contiene pectina en un porcentaje que oscila entre 12% y 15% de su peso, por lo que esta fruta es considerada una de las principales materias primas para producir este ingrediente. Adicionalmente la cáscara de maracuyá contiene hasta 60% de fibra (Bonilla, 2016).

2.1.5 Producción de banano en el Ecuador

El banano se originó al sur del Asia, y fue en los años 40 en que se cultivó masivamente en el Ecuador, siendo hoy en día segundo producto no petrolero de exportación después del camarón, y un importante generador de divisas. Su cultivo se da principalmente en la provincia de El Oro, parte de la Costa ecuatoriana El banano ecuatoriano tiene una alta cotización a nivel mundial debido a su calidad. La calidad en esta fruta se debe básicamente a las condiciones climáticas y del suelo, por añadidura a la bajísima incidencia de plagas y enfermedades que puedan afectarlo, lo cual lleva al mínimo la frecuencia de fumigación (Bravo, 2020). Al año 2019, Ecuador produjo 351 millones de cajas de banano, las cuales fueron exportadas principalmente a Estados Unidos, Europa y Asia (BCE, 2019). La mayor parte de productores exporta también esta fruta, y quienes no exportan, venden su producción a las exportadoras. Durante el proceso de calidad existe un porcentaje de fruta considerada como rechazo o desecho. Ese porcentaje usualmente se comercializa para consumo animal o es desechada. El rechazo de banano sería del 5 y 10% de la producción total (Acuña, 2021).

El banano es considerado una fruta tropical con una inmejorable combinación de energía, minerales y vitaminas, lo que la convierten en un alimento importante para cualquier tipo de dieta. Esta fruta permite que a partir de su materia prima se puedan producir una amplia variedad de productos secundarios, entre los que se encuentra el banano confitado, deshidratado, la mermelada, la jalea, dulces, pan, caramelos, jugos, harina, entre otros derivados que se utilizan para consumo humano y que aportan una gran cantidad de nutrientes al organismo (Crespo, 2014).

2.1.6 El comercio entre Ecuador y la Unión Europea

El Ecuador goza de un acuerdo comercial llamado Multipartes con la Unión Europea que entró en vigor en el año 2017, y que incluye un cronograma de desgravación de aranceles dependiendo del tipo de producto, hasta llegar incluso a 0% de arancel. Este acuerdo entró en vigor cuando estaban por culminar las preferencias arancelarias que la UE otorgaba a Ecuador mediante el esquema de Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), lo cual hizo posible el acceso de los productos ecuatorianos a los beneficios arancelarios para exportar al dicho mercado (INES, 2017).

En base a la cadena productiva, debido al Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, el Ecuador tiene acceso inmediato a este mercado libre de arancel para los siguientes productos:

- Rosas y flores
- Frutas frescas
- Vegetales y hortalizas frescas
- Cereales
- Café y cacao
- Confitería y chocolate
- Vegetales y frutas procesadas
- Pesca y acuicultura
- Manufacturas (La Cámara, 2017).

La Unión Europea se ha convertido en el principal mercado para los productos petroleros ecuatorianos, con un crecimiento del 37%, generando alrededor de 630 mil empleos relacionados a las exportaciones hacia este destino. El acuerdo garantiza un 0% de arancel para aquellos productos de las economías populares y solidarias, por lo que el Ecuador busca proyectar exportaciones a este destino económico. Entre la variedad de productos con inmediato acceso a estos mercados están cebolla, quinua, papa, fréjol, yuca, chocho, frutilla, mora, maracuyá, entre otros (BCE, 2021).

Adicionalmente, Ecuador mantiene un Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo con los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA, por sus siglas en inglés). Este bloque está conformado por Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein, quienes

no son parte de la Unión Europea. El acuerdo facilita el comercio y las inversiones entre el Ecuador y los países del EFTA (Redacción de El Universo, 2021).

2.1.7 El proceso de las exportaciones ecuatorianas

La mermelada de frutas tradicionales o no tradicionales, son generalmente apetecidas por el consumidor a nivel mundial, debido a la variedad de sabores y presentaciones que incluye la transformación de la fruta mediante procesos de cocción y su mezcla con agua y endulzantes. El valor agregado que este producto ofrece usualmente se basa no solo en lo atractivo de su presentación, sino además en la inclusión de trozos o tiras de frutas, que genera una alta demanda en el consumidor, y permite que la marca sea identificada por su textura y sabor en el mercado.

En la nomenclatura arancelaria común - Nandina, la mermelada se encuentra bajo la partida 2007, la cual se refiere a “Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante” (Comité de Comercio Exterior, 2012, p. 67). En el caso de la mermelada gourmet agroecológica de La Huerta de Ina, la mayor parte contiene una combinación de diversas frutas exóticas, cuya elaboración únicamente incluye fruta natural sin químicos ni conservantes y endulzante en bajas cantidades, por lo que este producto se clasificaría bajo la subpartida 2007.10.00.00 referente a “Preparaciones homogeneizadas”, que incluye una tarifa arancelaria de 30%, pero que por la firma del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea tiene un acceso inmediato libre de aranceles. Esta subpartida es definida en el Arancel Nandina como:

Las preparaciones de frutas u otros frutos finamente homogeneizadas, acondicionadas para la venta al por menor como alimento infantil o para uso dietético en recipientes con un contenido de peso neto inferior o igual a 250 g. Para la aplicación de esta definición se hará abstracción, en su caso, de los diversos ingredientes añadidos a la preparación en pequeña cantidad para sazonar, conservar u otros fines. Estas preparaciones pueden contener pequeñas cantidades de fragmentos visibles de frutas u otros frutos. La subpartida 2007.10 tendrá prioridad sobre las demás subpartidas de la partida 20.07. (Comité de Comercio Exterior, 2012, p. 72)

La Huerta de Ina no incluye ni químicos ni conservante en la elaboración de sus mermeladas. Éstas son elaboradas únicamente con fruta natural y azúcar en pequeñas cantidades, por lo que este producto estaría clasificado bajo esta subpartida.

El proceso de exportación refiere a un régimen aduanero de comercio internacional que implica que una mercadería pueda circular de manera libre fuera de las fronteras de un país, siempre y cuando se sujete a las normativas de comercio exterior vigentes (Lozano, 2021). De acuerdo lo indicado por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2021), el paso 1 en este proceso corresponde a la obtención del Registro de Exportador. Para ello, es necesario ante todo gestionar el RUC respectivo en el Servicio de Rentas Internas (SRI), y luego iniciar el proceso adquiriendo la firma electrónica y registrándose en el portal de Ecuapass (Figura 10). Una vez registrado como exportador, será posible tramitar la Declaración Juramentada de Origen–DJO (Figura 11) y la empresa podrá iniciar el proceso de exportación de acuerdo a lo estipulado por el Servicio Nacional de Aduanas (Figura 12).

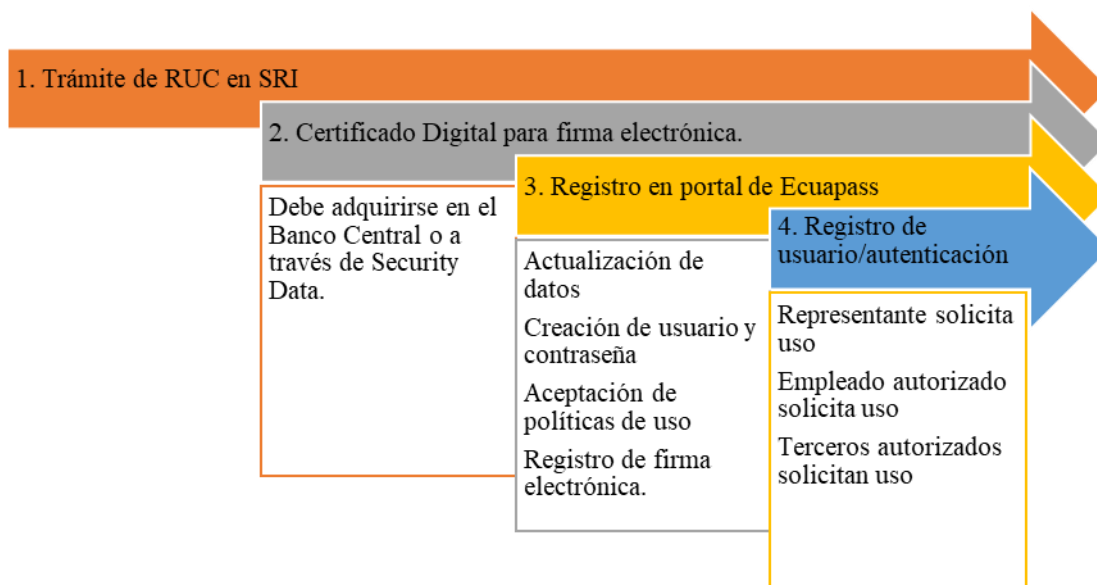


Figura 10. Pasos para el registro de exportador.

Fuente: Aduanas Ecuador (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

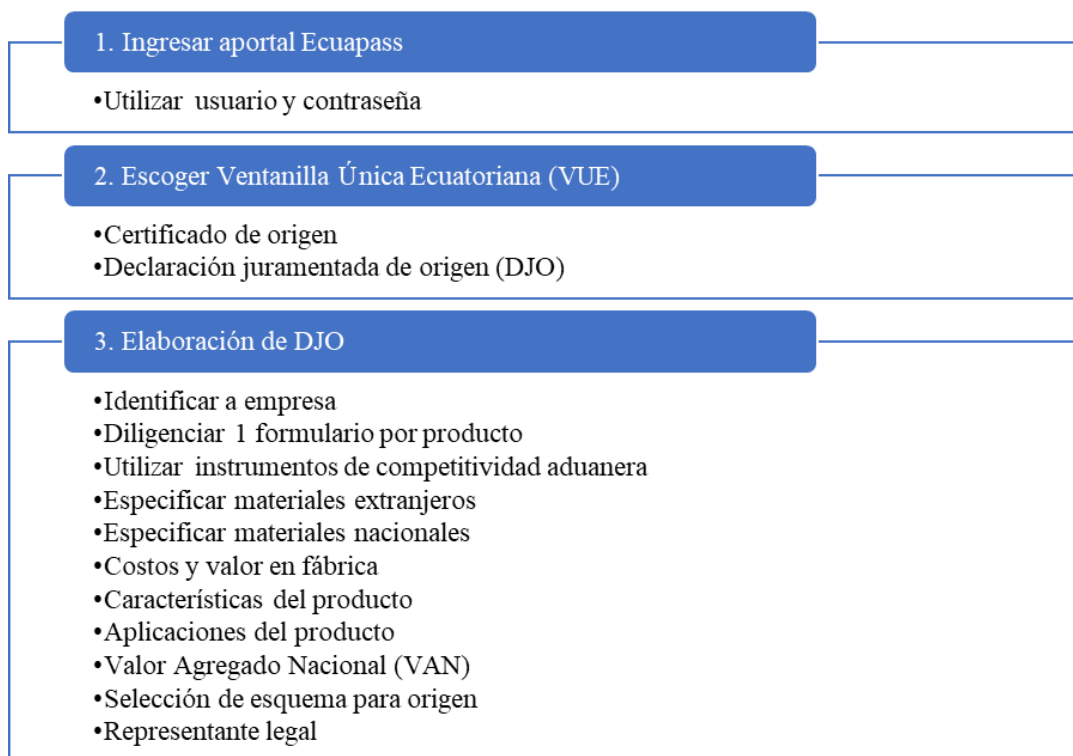


Figura 11. Trámites para Declaración Juramentada (DJ).

Fuente: Proexport (Pro Ecuador, 2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

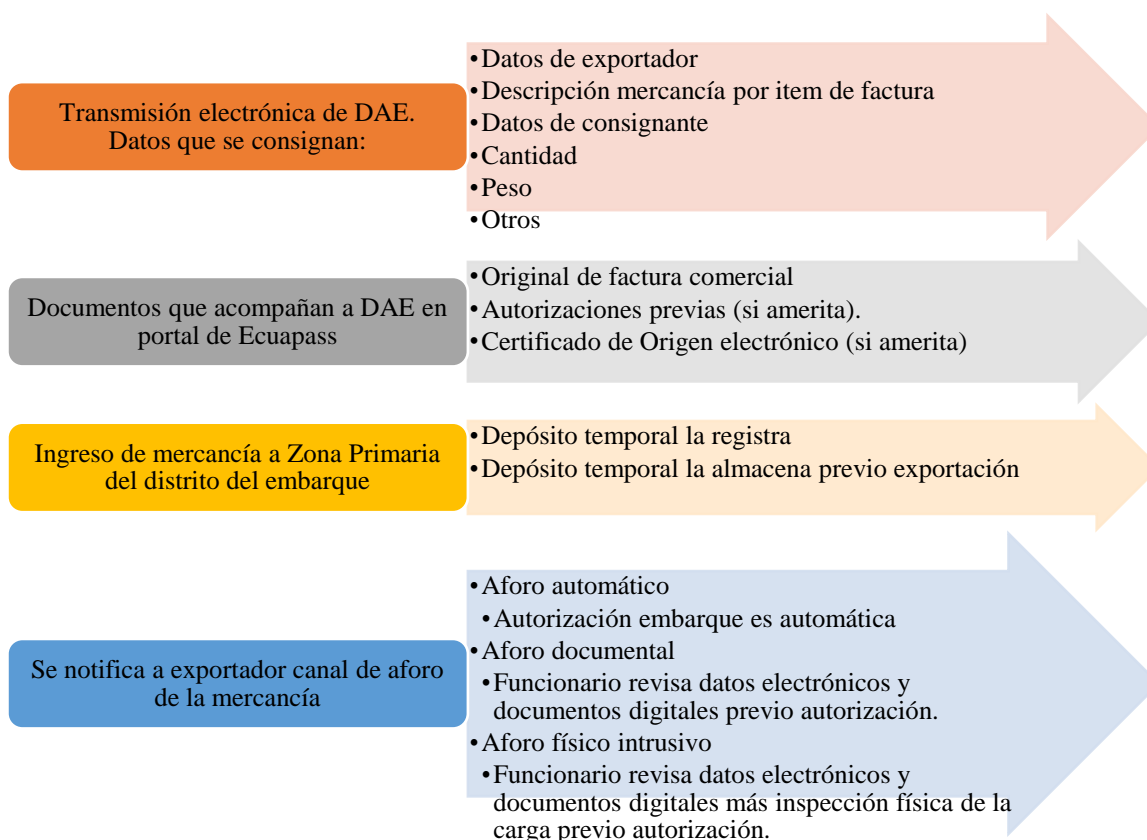


Figura 12. Proceso de exportación.

Fuente: Aduanas Ecuador (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

El proceso de exportación de un producto alimenticio exige además la obtención de certificados de control. Uno de ellos es el Certificado de Control de los Contaminantes Alimenticios en alimentos de consumo humano. En el caso de las exportaciones de mermeladas, se exige un parámetro medio de contaminación biológica debido a que tienen una elevada acidez y concentración de azúcar. De igual manera, es necesario el Certificado de Calidad, obligatorio para productos procesados de exportación, y solicitado por la Corporación Bolsa Nacional de Productos Agropecuarios (Pro Ecuador, 2021).

2.1.8 El proceso de elaboración de mermelada

FAO-PRODAR (2014) describe a la mermelada de como una conserva semisólida dulce, resultado de la mezcla a temperatura alta de la pulpa de frutas y pectina cítrica, siendo este último ingrediente el que contribuye a que la conserva se gelifique y por tanto tome la consistencia deseada.

El proceso descrito por la FAO para la elaboración de la mermelada es el siguiente:

- Selección. Es necesario seleccionar frutos que estén sanos y con el grado de madurez adecuado.
- Lavado. Este paso se realiza sumergiendo la fruta en agua clorada.
- Pelado. La fruta se pela de forma manual.
- Trozado. Cuando es posible, la fruta se parte en trozos de tamaño medio, para facilitar la cocción.
- Formulación. Es necesario pesar los trozos obtenidos de la fruta, para así poder calcular la cantidad de azúcar que se incluirá. Se deben considerar 650 g por cada kilo de pulpa de fruta, y pectina, calculando 0,5% del total de pulpa y azúcar. La pectina se mezcla, en un bolsa plástica, con cinco tantos del azúcar pesada. Cuando el producto no es para venta al público se puede prescindir del uso de pectina. El efecto es que la mermelada quedará más suave.
- Cocción. La cocción se realiza de la siguiente manera:
 - Se colocan los trozos en una olla grande o marmita, y se inicia la cocción. Se agregan una pequeña cantidad de agua, para que la pulpa no se pegue.
 - Se agrega el azúcar a la pulpa caliente, revolviendo con una paleta continuamente para disolver el azúcar.
 - Se agrega la pectina y se revuelve vigorosamente durante 2 minutos.

- Se continúa el calentamiento hasta que se alcancen 65-66° Brix o una temperatura de 104° C.
- El pH debe estar en el rango de 3,0 y 3,5, si el valor fuera mayor se debe agregar ácido cítrico o jugo de limón hasta ajustarlo.
- **Invasado.** El envasado puede hacerse en frascos de vidrio, y en envases y bolsas de plástico. En el caso de los frascos deben ser previamente esterilizados con agua hirviendo por 10 minutos y los envases de plástico se deben clorar. La temperatura de llenado no debe bajar de 80° C, pero tampoco se debe llenar muy caliente porque los frascos se pueden quebrar. Los frascos se llenan hasta 2 cm antes del borde.
- **Pasteurizado.** Cuando el llenado se realiza en frascos, el producto se debe pasteurizar en un baño maría a 95° C durante 10 minutos. Al finalizar este proceso se sacan del baño maría y se enfrían gradualmente, primero en agua tibia y luego en agua fría para evitar un choque térmico que puede quebrar los frascos.
- **Etiquetado.** La etiqueta se pega cuando los envases estén fríos y se haya verificado la gelificación de la mermelada.
- **Embalaje y almacenado.** El embalaje se hace en cajas de cartón, y se almacenan en lugares secos, ventilados y limpios (pp. 63-64).

2.2 Marco Conceptual

- **Exportación**

Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países. El vendedor (residente) es llamado exportador y el comprador (no residente) importador (Ríos, 2015).

- **Importación**

Importación es un término que procede del verbo importar, introducir productos o costumbres extranjeras en un país. Se trata de la acción de importar mercancías o cuestiones simbólicas de otra nación. (EcuRed, 2021).

- **Mercado**

El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del

intercambio. Tradicionalmente el mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, los mercados ya no necesitan un espacio físico. (Quiroa, 2021)

- **Comercialización**

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. (Secretaría de Economía México, 2021)

- **Incoterms**

Términos creados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), que definen derechos y obligaciones entre comprador y vendedor, además de establecer cómo se asignarán los costes y riesgos entre las distintas partes de una transacción. (CCI, 2021)

- **Mermelada**

Conserva dulce que se elabora cocinando fruta, entera o troceada, en un poco de agua y con una proporción de azúcar igual al peso de la fruta; también puede prepararse con algunas hortalizas como zanahoria, tomate o calabaza. (Léxico, 2021)

- **Etiquetado**

Cualquier material impreso o gráfico presente en la etiqueta, que acompaña al alimento o que se exhibe en proximidad de éste, incluso en el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación. (FAO, 2021)

- **Embalaje**

El embalaje para la exportación ha de ser capaz de proteger la carga en todo el proceso, ya que las mercancías tendrán que ser apiladas, levantadas, movidas, empacadas y transportadas en grandes cantidades tanto por vía terrestre, marítima o aérea. (Dealdos, 2021)

- **Contenedor**

Son cajas de gran volumen utilizadas para exportar productos vía terrestre, marítima o aérea, ya que son altamente resistentes y están acondicionadas para conservar y preservar diversos tipos de mercancías (EAE Business School, 2021).

- **Pallets**

El pallet nació de la necesidad de estandarizar el uso de estas plataformas para optimizar el aprovechamiento del espacio. Desde la aparición de la norma europea UNE-EN 13698-1, se estipularon unas medidas de 1200 x 800 mm y un peso aproximado de 25 kg, teniendo que ser capaces de soportar cargas de hasta 1500 kg en uso y hasta 4000 kg en estático. (Dealdos, 2021)

- **Clasificación arancelaria**

Es un proceso que consiste en asignar un código numérico creado por la Organización Mundial de Aduanas a las mercancías a fin de identificar aquellas que se importan y se exportan para fijar impuestos, obligaciones y derechos. (Aduanas Ecuador, 2021)

- **Plan de exportación**

Es la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer. (Bancomext, 2021)

- **Registro sanitario**

Es un documento que expide la autoridad sanitaria correspondiente de un país, el mismo que autoriza a una persona, sea natural o jurídica, a la fabricación, envase e importación de un alimento de consumo humano. (Control Sanitario, 2021)

2.3 Marco Legal

2.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO VI - RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo cuarto - Soberanía económica

Sección séptima - Política comercial

Art. 304.-La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.

3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Título VIII - RELACIONES INTERNACIONALES

Capítulo segundo - Tratados e instrumentos internacionales

Art. 417.- Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución.

Art. 418.- A la Presidenta o Presidente de la República le corresponde suscribir o ratificar los tratados y otros instrumentos internacionales. La Presidenta o Presidente de la República informará de manera inmediata a la Asamblea Nacional de todos los tratados que suscriba, con indicación precisa de su carácter y contenido. Un tratado sólo podrá ser ratificado, para su posterior canje o depósito, diez días después de que la Asamblea haya sido notificada sobre el mismo.

Art. 421.- La aplicación de los instrumentos comerciales internacionales no menoscabará, directa o indirectamente, el derecho a la salud, el acceso a medicamentos, insumos, servicios, ni los avances científicos y tecnológicos.

Art. 422.- No se podrá celebrar tratados o instrumentos internacionales en los que el Estado ecuatoriano ceda jurisdicción soberana a instancias de arbitraje internacional, en

controversias contractuales o de índole comercial, entre el Estado y personas naturales o jurídicas privadas. Se exceptúan los tratados e instrumentos internacionales que establezcan la solución de controversias entre Estados y ciudadanos en Latinoamérica por instancias arbitrales regionales o por órganos jurisdiccionales de designación de los países signatarios. No podrán intervenir jueces de los Estados que como tales o sus nacionales sean parte de la controversia. En el caso de controversias relacionadas con la deuda externa, el Estado ecuatoriano promoverá soluciones arbitrales en función del origen de la deuda y con sujeción a los principios de transparencia, equidad y justicia internacional. (Asamblea Nacional, 2008)

2.3.2 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)

LIBRO IV - DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ORGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS

CAPÍTULO II

TÍTULO IV - Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;
- b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;
- c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

- d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;
- e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,
- f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (Asamblea Nacional, 2018).

LIBRO V – DE LA COMPETITIVIDAD SISTEMICA Y DE LA FACILITACION ADUANERA

CAPÍTULO II - DEL FOMENTO Y PROMOCION DE LAS INDUSTRIAS BASICAS

TÍTULO II De la Facilitación Aduanera para el Comercio

De lo Sustantivo Aduanero

Capítulo I - NORMAS FUNDAMENTALES

Art. 104.- Principios Fundamentales.- A más de los establecidos en la Constitución de la República, serán principios fundamentales de esta normativa los siguientes:

- a. Facilitación al Comercio Exterior.- Los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional.
- b. Control Aduanero.- En todas las operaciones de comercio exterior se aplicarán controles precisos por medio de la gestión de riesgo, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal.
- c. Cooperación e intercambio de información.- Se procurará el intercambio de información e integración a nivel nacional e internacional tanto con entes públicos como privados.
- d. Buena fe. - Se presumirá la buena fe en todo trámite o procedimiento aduanero.
- e. Publicidad. - Toda disposición de carácter general emitida por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador será pública.

f. Aplicación de buenas prácticas internacionales. - Se aplicarán las mejores prácticas aduaneras para alcanzar estándares internacionales de calidad del servicio.

Capítulo VII - REGÍMENES ADUANEROS

Sección II

REGÍMENES DE EXPORTACIÓN

Art. 154.- Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (COPCI, 2010)

2.3.3 REGLAMENTO DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN (RCOPCI)

CAPÍTULO III - OPERACIONES ADUANERAS

SECCIÓN II - MANIFIESTO DE CARGA

Art. 33.- Elementos del Manifiesto de Carga.- Sin perjuicio de los demás requisitos previstos en normas especiales o internacionales, el manifiesto de carga electrónico deberá contener la siguiente información:

- a) Identificación del medio de transporte, y transportista;
- b) Identificación del lugar de salida y de destino de las mercancías;
- c) Fecha de salida y de llegada de las mercancías;
- d) (Sustituido por el Art. 6 del D.E. 651, R.O. 490-S, 29-IV-2015).-

Información completa de cada uno de los conocimientos de embarque, guías aéreas o cartas de porte, según corresponda;

- e) La identificación de la unidad de carga, en el caso del transporte marítimo;
- f) Cantidad de bultos, o mercancías a granel, según corresponda;
- g) El peso e identificación genérica de las mercancías; y,

h) La indicación de carga consolidada en caso de que existiere, señalando el número de documento de transporte que la contiene.

En caso de existir mercancía peligrosa, esta deberá estar expresamente identificada como tal; y en caso de existir mercancías en tránsito, deberán constar por separado. Cuando el medio de transporte ingrese o salga sin carga ni pasajeros, se presentará el documento respectivo de lastre o su equivalente.

En el caso que se trate de mercancías que arriben o salgan del país vía tráfico postal o mensajería acelerada o Courier, el manifiesto de carga contendrá la información de la guía máster/principal. Cada una de las guías de correo rápido o postal que lleguen o salgan a bordo del medio de transporte, deberán ser transmitidas por la empresa de correos rápidos o postal responsable de dicha carga.

Las mercancías que sufran siniestros o pérdidas, así como las mercancías recibidas o recogidas provenientes de naufragios o accidentes, deberán ser incluidas en el manifiesto de carga.

CAPÍTULO IV - DESPACHO

SECCION I - DECLARACION ADUANERA

Art. 63.- Declaración Aduanera. - La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.

Para efectos de contabilización de plazos y determinación de abandono tácito conforme el artículo 142 literal a) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se tomará en cuenta la llegada de la mercancía conforme lo ampare el manifiesto de carga contenido en la Declaración Aduanera.

SECCIÓN II - DOCUMENTOS QUE ACOMPAÑAN A LA DECLARACIÓN ADUANERA

Art. 72.- Documentos de acompañamiento. - Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.

La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías, por consiguiente, la sanción será impuesta únicamente en los casos que dicho documento no se presente en conjunto con la Declaración Aduanera.

Art. 73.- Documentos de soporte. - Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.

Los documentos de soporte son:

a) Documento de transporte. - Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Este podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras;

b) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial. - La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus

datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente;

c) Certificado de Origen. - Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios; y,

d) Documentos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que la Dirección General del Servicio Nacional del Ecuador dicte para el efecto.

Sin perjuicio de los documentos de soporte señalados previamente, se deberán acompañar a la Declaración Aduanera los demás documentos necesarios para la aplicación de las disposiciones que regulan el régimen aduanero declarado y los que sean mandatorios de acuerdo a las normas nacionales e internacionales a que hubiere lugar.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador podrá solicitar al declarante, cuando lo considere necesario, la traducción de la información contenida en los documentos de soporte o de acompañamiento.

SECCIÓN III - MODALIDADES DE DESPACHO

Art. 78.- Modalidades de Aforo.- Para el despacho de las mercancías que requieran Declaración Aduanera, se deberá utilizar cualquiera de las siguientes modalidades de aforo: automático, electrónico, documental o físico (intrusivo o no intrusivo). La selección de la modalidad de aforo se realizará de acuerdo al análisis de perfiles de riesgo implementado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

En el caso de mercancías perecederas y animales vivos u otras mercancías autorizadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en virtud de su naturaleza, tendrán prioridad en su reconocimiento físico, de ser el caso.

Cuando las mercancías deban someterse a un control por otras autoridades que incluya el reconocimiento físico de estas, las autoridades aduaneras procurarán que los controles se realicen de forma coordinada.

En cualquier etapa del proceso del control aduanero, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá realizar inspecciones de la mercancía a través de un sistema tecnológico de escaneo con rayos X o similares, inclusive indistintamente de la modalidad de despacho al que esta fuere sometida.

Art. 79.- Normas de Aforo.- Para el acto de aforo dispuesto en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se tendrán en cuenta las normas siguientes:

- a) La naturaleza de las mercancías se establecerá verificando la materia constitutiva, grado de elaboración y más características que permitan identificar plenamente al producto;
- b) La clasificación arancelaria se efectuará con la aplicación de las reglas generales interpretativas del sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, notas explicativas del Sistema Armonizado de la OMA, notas complementarias nacionales, las normas internas que para el efecto dicte el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y la aplicación de consultas de clasificación arancelaria vigentes, absueltas en virtud de lo contemplado en el presente reglamento; y,
- c) El valor en Aduana de las mercancías importadas será determinado según las normas del Acuerdo sobre valoración de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y las disposiciones de carácter nacional y supranacional que rijan la valoración aduanera.

El resultado de las distintas etapas del aforo será registrado en el Sistema Informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador el mismo día en que se haya efectuado dicho acto. En el caso de ser aforo físico, deberá registrar imágenes de las mercancías aforadas.

Art. 80.- Canal de Aforo Automático.- Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Quedan excluidas de la aplicación de esta modalidad de despacho las importaciones y exportaciones de mercancías que requieran documentos de control previo, siempre que estas no sean transmitidas vía electrónica, así como aquellas importaciones o exportaciones de mercancías cuya inspección sea requerida por otras entidades del Estado, de acuerdo a lo establecido en la normativa legal pertinente.

Art. 81.- Canal de Aforo Electrónico.- Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y/o de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas.

Esta verificación se realizará únicamente con documentos electrónicos o digitales en el Sistema Informático del Servicio Nacional de Aduana, por lo que quedan excluidas de la aplicación de esta modalidad de despacho las importaciones y exportaciones de mercancías que requieran documentos de control previo, siempre que estas no sean transmitidas vía electrónica, así como aquellas importaciones o exportaciones de mercancías cuya inspección sea requerida por otras entidades del Estado, de acuerdo a lo establecido en la normativa legal pertinente.

Art. 82.- Canal de Aforo Documental.- Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas.

Art. 83.- Canal de Aforo físico.- Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y/o clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas.

Esta modalidad de aforo podrá realizarse mediante la inspección intrusiva o constatación física de las mercancías, o mediante sistemas tecnológicos de inspección no intrusiva.

Art. 84.- Carácter público y presencia del declarante.- El aforo físico intrusivo se realizará en acto público, en la fecha fijada por la Autoridad Aduanera y en presencia del declarante, su delegado, su agente de aduana o sus auxiliares, debidamente autorizados.

Si el interesado no concurriere al acto del aforo físico intrusivo en la primera fecha fijada, el acto de aforo físico intrusivo se realizará a los 5 días hábiles posteriores contados desde la fecha asignada para el primer aforo, para lo cual se deberá registrar en el sistema informático la hora, fecha y funcionario a cargo del segundo aforo. Sin perjuicio de ello, el declarante podrá solicitar que el acto de aforo se realice antes de que se cumpla dicho término, fecha que de ser aceptada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se entenderá como segundo señalamiento para su ejecución. En caso de no comparecer a este segundo señalamiento se declarará el abandono definitivo y se procederá a la inspección física de las mercancías, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 143 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Art. 85.- Extracción de muestras.- Si al momento de la verificación física se presentaren dudas respecto a la naturaleza de la mercancía, la Autoridad Aduanera podrá tomar una mínima cantidad de muestras con el fin de establecer la clasificación arancelaria o valoración de las mercancías, y asegurar el cumplimiento de las formalidades aduaneras. Dichas muestras deberán ser devueltas al importador, hayan o no sido modificadas para su análisis, siempre que no haya observaciones por parte de la Autoridad Aduanera respecto a los datos consignados en la Declaración.

La extracción de muestras podrá ser solicitada por el importador, en el momento del acto de aforo físico, para lo cual deberá comunicar a la administración aduanera la cantidad a ser

extraída. En ambos casos, la extracción de muestras deberá ser registrada en la Declaración Aduanera respectiva. La toma de muestras se deberá realizar siguiendo los pasos de extracción de muestras establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

CAPÍTULO VIII - REGÍMENES ADUANEROS

SECCIÓN II - REGÍMENES DE EXPORTACIÓN

SUBSECCIÓN I - EXPORTACIÓN DEFINITIVA

Art. 158.- Exportación Definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera”, por la frase: “Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que estén amparadas en una Declaración Aduanera de Exportación o Declaración Aduanera Simplificada debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. (Asamblea Nacional, 2018)

2.3.4 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TODA UNA VIDA 2021-2025

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

No solo en el Consejo Consultivo Productivo y Tributario se abordan los temas relativos a la economía, también lo hacen las mesas de diálogo con emprendedores, con la economía popular y solidaria, con los trabajadores, entre otras. El crédito es una temática recurrente; es decir, facilidades e incentivos para la adquisición de vivienda social, para el emprendimiento, para la generación de empleo, para la dinamización de la economía. Así también, se señala la necesidad de visibilizar e incorporar sistemas cooperativos alternativos (comunales, de migrantes, entre otros), y se ha propuesto revisar y racionalizar los tributos, aranceles de materia prima, insumos y bienes de capital no producidos en el país; entre otros asuntos que no han estado exentos de polémica o disenso.

La diversificación, diferenciación y amplitud de la oferta exportable; la apertura de nuevos mercados y su diversificación (tomando en cuenta mercados no tradicionales y alternativos); el aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo....

Con respecto a la política comercial, la Constitución señala que se debe dinamizar los mercados internos; impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial; fortalecer la producción nacional; garantizar la soberanía alimentaria y energética; impulsar el desarrollo de economías de escala y comercio justo; así como evitar prácticas monopólicas y oligopólicas (CE, 2008, art. 304). Adicionalmente, decreta que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables; propiciará las importaciones necesarias y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Ante este desafío, durante la última década se ha procurado mantener la estabilidad económica, mediante la consecución de un nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo; asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas; y gracias a ello, permitir la consolidación y sostenibilidad del sistema económico. (Senplades, 2021, p. 76)

Capítulo III

Metodología de la Investigación

3.1 Métodos de investigación

La presente investigación utilizó el método inductivo para recoger, mediante la aplicación de herramientas de investigación, información particular acerca del objeto de estudio, esto es, las exportaciones de mermelada de maracuyá y banano al mercado de Murcia, España. A través de este método fue posible utilizar dichas premisas particulares para elaborar conclusiones generales.

Adicionalmente, se utilizó el método deductivo, principalmente para bosquejar la idea a defender de esta investigación, que indica que el desarrollo de un plan de exportación de mermelada de maracuyá con trozos de banano para la empresa La Huerta de Ina, promoverá la comercialización del producto en el mercado de Murcia, España, y mejorará el crecimiento del negocio de la empresa. Esta idea a defender pudo elaborarse en base premisas particulares.

3.2 Tipo de investigación

La investigación no experimental, tal como la explica Hernández et al (2014), es aquella que en la que no se manipulan las variables de investigación deliberadamente, y agregan que además se observan los fenómenos en su forma natural para analizarlos. Este proyecto de investigación considera el tipo de diseño no experimental, puesto que se limita a observar el comportamiento de sus variables sin manipularlas, en este caso, el proceso de exportación de mermelada de maracuyá con banano y el desarrollo de un plan de exportación.

Por otra parte, Zárate et. al (2019) explican que la investigación descriptiva está dirigida a conocer tanto las situaciones, como las costumbres y actitudes de un fenómeno, a través de una descripción exacta de los procesos y actividades. El presente estudio es descriptivo, porque evalúa el problema de investigación partiendo de sus características y estableciendo la relación existente entre las variables. Por añadidura, los instrumentos de investigación que se aplicarán servirán para recoger información de la realidad para determinar la incidencia de un plan de exportación eficiente en la comercialización de mermelada de maracuyá con banano al mercado de Murcia, España.

Además de lo anterior, este estudio es de campo. Bernal (2016) define esta investigación como aquella en la cual se recolectan datos directamente desde la realidad de la práctica, es decir en el lugar donde ocurren los hechos, sin que el investigador intente controlar las variables de la investigación. En el caso del presente estudio, los datos fueron recogidos de la empresa La Huerta de Ina, puesto que se hizo necesario conocer información relacionada con sus actividades de producción y comercialización de sus productos de elaborados de fruta, así como de sus necesidades de exportar al mercado español.

3.3 Enfoque de la investigación

Esta investigación aplicó un enfoque mixto, es decir que utilizó las técnicas cuantitativa y cualitativa para recoger los datos.

La investigación cualitativa es descrita por Ñaupas, et. al (2018) como aquella basada en apreciaciones e interpretaciones, que explora y recoge datos no numéricos, es decir, primordialmente opiniones y percepciones que servirán para elaborar conclusiones. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo porque se aplica una entrevista a un representante de Pro Ecuador para conocer sobre la inserción y la competitividad de las empresas ecuatorianas exportadoras de productos procesados de frutas al mercado español.

En cuanto a la investigación cuantitativa, Baena (2017) explica que es aquella en la cual se recogen datos que pueden ser procesados numéricamente y con los que se pueden generar tablas y gráficos estadísticos para su interpretación y análisis. En este trabajo de investigación se aplicó el enfoque cuantitativo debido a que se administró una encuesta a importadores de mermelada de frutas en la zona de Murcia, España, para identificar el estado actual del mercado español para los procesados de frutas tropicales.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente proyecto de investigación se aplicaron técnicas descriptivas y explicativas. Se describen referentes teóricos de las variables y se analiza la información recogida mediante las técnicas de la encuesta y la entrevista, para determinar las posibilidades de exportación y comercialización de la mermelada de maracuyá con banano.

3.4.1 La entrevista

Se aplicó además la técnica de la entrevista y su instrumento, el cuestionario de entrevista al representante de la empresa La Huerta de Ina, Jeakeline Quishpe Toapanta, para recoger información respecto al entorno interno y externo de la empresa y sus posibilidades

de exportación al mercado español. Esta entrevista incluyó 10 preguntas abiertas. Un segundo cuestionario de entrevista fue aplicado a un representante de Pro Ecuador para describir las gestiones de la entidad para promover las exportaciones de productos procesados de fruta al mercado español. Esta entrevista incluyó 7 preguntas abiertas. Al igual que las encuestas, debido a las restricciones por la pandemia de COVID-19, estas entrevistas fueron aplicadas de manera virtual, mediante la red social WhatsApp y la plataforma Google Meet, respectivamente.

3.4.2 La encuesta

Domínguez (2016) define a la encuesta como una técnica con la cual se recoge información numérica o susceptible de cálculo, a través de preguntas cerradas, con las que se obtienen mediciones sobre el objeto de estudio. Esta investigación utilizó la técnica de la encuesta junto a su instrumento, el cuestionario de encuesta, para aplicarla a 5 importadores-proveedores potenciales de fruta procesada en el mercado de Murcia, España, para identificar el estado actual del mercado español para los procesados de frutas tropicales. Adicionalmente, se encuestó a 5 exportadores ecuatorianos de frutas procesadas para detallar las condiciones de la exportación de elaborados de frutas al mercado español. Se utilizó la plataforma Formularios de Google para la aplicación de esta encuesta, debido a las restricciones impuestas a nivel global por la pandemia de COVID-19. Los formularios fueron enviados a los integrantes de la muestra por correo electrónico, e incluyeron 10 preguntas cerradas cada una, basadas en escalas de Likert.

3.5 Población

Zárate et. al (2019) define a la población de un estudio como el grupo de personas que habitan en una zona determinada, y que coinciden entre sí en determinadas características. Esta investigación tiene como población a un grupo de personas que pueden aportar de manera importante a sus procesos, y a los que se administrará herramientas de investigación, tales como la encuesta y la entrevista.

3.6 Muestra

Por otra parte, Domínguez (2016) conceptualiza la muestra no probabilística como la técnica para recoger muestras que no siempre ofrece a todos los integrantes de la población las mismas oportunidades para ser seleccionados, y en su lugar se conforma por un grupo más pequeño, lo que permite ahorrar tiempo y dinero. Dado este concepto, es pertinente

mencionar que la muestra de esta investigación es no probabilística, a conveniencia, por lo cual no se aplica fórmula alguna para determinar la muestra (Tabla 3).

Tabla 3.

Población y Muestra.

Actores	Población	Muestra	%	Observaciones
Importadores de mermelada en Murcia, España	16	5	31%	Encuesta
Exportadores ecuatorianos de fruta procesada	18	5	28%	Encuesta
Representante de La Huerta de Ina	1	1	100%	Entrevista
Representante Pro Ecuador	1	1	100%	Entrevista

Fuente: Proveedores (2021); BCE (2021); La Huerta de Ina (2021); Pro Ecuador (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Tabla 4.

Importadores – Proveedores de derivados de frutas para Murcia, España

IMPORTADORA	CIUDAD	CONTACTO	E-MAIL
• Bio Lobrot	Calasparra, Murcia	608 629 998	comercial@biolobrot.es
• Confituras Tradicionales	Caravaca de la Cruz - Murcia	625 152 093	confituras.tradicionales@hotmail.es
• Productos Manipulados Abellán	Murcia – Murcia	968 870 338	pepejo@pepejolabrador.com
• Productos Bionaturales Calasparra	Calasparra – Murcia	968 720 902	probicasa@gmail.com
• Productos Mediterráneo Belchi Salas	Alhama de Murcia - Murcia	968 632 425	comercial@villaolivo.com

Fuente: Proveedores (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

3.7 Resultados de la investigación

3.7.1 La entrevista a representante de La Huerta de Ina

Se administró una entrevista al representante de La Huerta de Ina, Jeakeline Quishpe, con el objeto de especificar información acerca de tanto el entorno interno como externo de la finca, así como sus posibilidades de exportación al mercado español (Tabla 5). La información obtenida se detalla a continuación:

Tabla 5.

La entrevista a representante de La Huerta de Ina

PREGUNTA	REPRESENTANTE LEGAL LA HUERTA DE INA
1. ¿Cuántas hectáreas se destinan a la producción de maracuyá y banano en la finca de la empresa?	Nuestra finca tiene un total de 7 hectáreas. En ella producimos una gran variedad de frutas. Para la maracuyá hemos destinado 500 metros cuadrados y para el banano 1.000 metros cuadrados aproximadamente, porque se requiere mayor producción ya que lo combinamos con otras frutas para elaborar un producto diferente. Nuestra finca maneja aproximadamente 80 cultivos diferentes en espacios pequeños.
2. ¿Cuál es la capacidad de la empresa para producir mermelada de frutas?	Producimos alrededor de 5 kg de mermelada por sabor. Tenemos 16 diferentes sabores de mermeladas, lo que hace un total de 80 kg. Sin embargo, la capacidad puede hasta triplicarse en caso de que se necesite exportar.
3. ¿Qué presentaciones ofrece la mermelada de maracuyá con banano?	Esta mermelada la ofrecemos en envase de vidrio de 250 gramos. Es elaborada con 100% de fruta natural, sin químicos ni conservantes.
4. ¿Cómo describiría las condiciones actuales del mercado interno para mermelada que produce la empresa?	La aceptación ha sido buena en las ciudades donde actualmente se comercializa las mermeladas, pero no hemos podido comercializarlas a nivel nacional aún. Pero las personas la prefieren por las combinaciones que ofrecemos y también por ser tipo gourmet y

- ecológica. Eso nos hace pensar que puede ser aceptada en otras provincias.
5. ¿Cuál es el nivel de exportación de las mermeladas que produce la empresa? Aunque nuestra mermelada tiene un gran valor agregado por ser ecológica y tipo gourmet, por el momento no la exportamos. Solo se comercializa en el mercado interno, aunque tenemos gran interés en llevarla a otros mercados.
 6. ¿Por qué no se ha exportado antes las mermelada de La Huerta de Ina? No hemos exportado por falta de conocimiento de lo que hay que hacer y lo que se necesita para exportar. Tampoco conocemos cómo funcionan los mercados de otros países. Tenemos la idea de que en un país donde hay ecuatorianos nuestra mermelada puede ser acogida. Quizás nos falta asesoría. Necesitamos además financiamiento para mejorar la infraestructura que existe y aumentar la producción.
 7. ¿Cuál es el mercado al que le interesaría llevar su producto? En principio pienso que Europa. Nos gustaría empezar por España.
 8. ¿Cuánta aceptación percibe usted que la mermelada de frutas tropicales tendría en España? Pienso que podría tener alta aceptación, principalmente porque existe una gran cantidad de migrantes ecuatorianos que podrían adquirir nuestro producto.
 9. ¿Qué tan factible es para usted que el mercado español acepte la mermelada de maracuyá con trozos de banano? Creo que la aceptación sería buena para este tipo de fruta. La maracuyá es una fruta muy apetecida en ese mercado porque es tropical, tiene un sabor muy agradable y un valor energético alto. El banano ecuatoriano, por otra parte, es muy solicitado en Europa y eso hace que la combinación haga un producto mejorado.
 10. ¿Qué condiciones requeriría la empresa para exportar la mermelada de Primero el financiamiento necesario. Si se puede obtener sin mayores trabas podríamos hablar de una exportación a en un plazo corto. Pero pienso que por las condiciones que vive el país desde el año 2020 en
-

maracuyá con banano al
mercado español?

que inició la pandemia, es posible que demore un poco. Luego, se necesita asesoría, información de dónde empezar y qué hacer.

Fuente: La Huerta (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

De la entrevista al representante legal de La Huerta de Ina fue posible percibir que no ha sido posible comercializar su mermelada gourmet ecológica, la cual se elabora con una gran variedad de combinaciones de frutas, y se expende únicamente en el mercado interno. Más aún, tampoco se comercializa a nivel nacional, sino solo en ciertas provincias del Ecuador, por lo que es posible indicar que existe preliminarmente una comercialización insuficiente del producto en el mercado interno. Adicionalmente, la falta de financiamiento para ampliar su capacidad instalada y de información respecto a los procesos de exportación y mercado español, no han permitido que la mermelada de La Huerta de Ina se exporte, lo que confirma que se es indispensable que la empresa cuente con un plan de exportación que sea su hoja de ruta para competir en el mercado internacional.

3.7.2 Entrevista a representante de Pro Ecuador

En esta investigación se aplicó también una entrevista al representante de Pro Ecuador, Roberto Intriago Dávila, para describir las gestiones realizadas por dicha entidad para promover las exportaciones de productos procesados de fruta al mercado español (Tabla 6). Las respuestas recogidas fueron las siguientes:

Tabla 6.

La Entrevista a representante de Pro Ecuador

PREGUNTA	REPRESENTANTE LEGAL LA HUERTA DE INA
1. ¿Cuáles son los mercados europeos más favorables para las exportaciones no petroleras ecuatorianas?	El departamento de inteligencia comercial de Pro Ecuador ha identificado entre los mercados más destacados a Suiza, España, Bélgica, Portugal, y otros a los que vemos con gran potencial.
2. ¿Qué acuerdos comerciales que favorezca las exportaciones de	El más destacado es el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, que vino a reemplazar el sistema de preferencias que ya expiró.

- procesados de frutas existen entre Ecuador y España?
- Lo importante es que su cronograma de desgravación llevará a los aranceles de los productos incluidos al 0%. Entre los productos incluidos están los vegetales y frutas procesadas.
3. ¿Cuáles son las ventajas que existen para los exportadores ecuatorianos que ingresan al mercado español?
- Las exportaciones ecuatorianas se benefician de las mejores condiciones para negociar gracias a los acuerdos suscritos. Entre los beneficios están no solo menores aranceles que hacen los productos ecuatorianos más competitivos, sino menor tramitología, menos trabas, mejor clima para negociar, y un marco jurídico más confiable y a largo plazo.
4. ¿Qué estrategias ofrece Pro Ecuador para promover y favorecer las exportaciones al mercado español?
- Hemos implantado la estrategia de oficinas comerciales en aproximadamente 30 países alrededor del mundo, incluyendo España. El objetivo es incrementar la promoción de las exportaciones ecuatorianas y captar inversiones. Para esto, denominamos a las oficinas antenas, porque en cada una hay una persona experta en el tema, el producto, el entorno.
5. ¿Qué efectos ha tenido la pandemia por COVID-19 en las exportaciones de procesados de frutas a España?
- Los efectos han sido mínimos. Ecuador se mantiene como líder exportador de frutas a pesar de la pandemia porque se mantuvieron líneas comerciales abiertas a través de conversaciones virtuales entre los mercados.
6. ¿Cuál es la situación actual de las exportaciones no petroleras ecuatorianas a España?
- España es un mercado muy importante para el Ecuador. Nuestras exportaciones no petroleras a ese país crecieron 25% a enero-agosto 2021 comparado con el mismo periodo del 2020, y la previsión es que siga creciendo porque España es actualmente el segundo país inversionista más importante en Ecuador.

- | | |
|--|--|
| 7. ¿Qué previsiones existen para las exportaciones ecuatorianas de frutas procesadas a España? | Existen conversaciones para incrementar la exportación de frutas y frutas procesadas a España en el año 2022. Estas conversaciones se iniciaron en octubre 2021 durante la feria Fruit Attraction 2021 que se llevó a cabo en Madrid, y donde Ecuador participó con 45 empresas exportadoras que buscaban clientes potenciales y nuevos negocios. El país fortaleció la imagen de sus productos. |
|--|--|

Fuente: Pro Ecuador (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La entrevista al representante de Pro Ecuador permitió identificar las acciones que esta entidad ha tomado para promover las exportaciones de procesados de fruta, entre los que se encuentra la mermelada, al mercado español. Uno de los puntos más relevantes que se pudo confirmar es que el comercio entre Ecuador y España se encuentra favorecido por el Acuerdo Multipartes vigente que permite que las exportaciones ecuatorianas no petroleras sean más competitivas en relación a aquellas de otros países fuera del acuerdo. Se detallan además las acciones que Pro Ecuador ha tomado para facilitar el comercio entre ambos países, entre los cuales destaca la reducción de trámites y trabas en la exportación, así como una mejoría en el clima de negocios. Por otra parte, entre las estrategias que esta entidad ha adoptado, está la creación de oficinas antena para promocionar las exportaciones y captar inversiones.

3.7.3 Encuesta a importadores potenciales de mermelada en Murcia, España

Se aplicó el cuestionario de encuesta a 5 importadores-proveedores potenciales de fruta procesada en la región de Murcia, España, a fin de identificar el estado actual del mercado español para los procesados de frutas tropicales. El cuestionario de encuesta incluyó un total de 10 preguntas. La información fue procesada en MS Excel, luego de lo cual se presentan los resultados, los mismos que se discuten a partir de la Tabla 7.

Tabla 7.

Condiciones del mercado español para la venta de procesados de fruta.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy favorables	4	80%
Favorables	1	20%
Neutrales	0	0%
Desfavorables	0	0%
Muy desfavorables	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

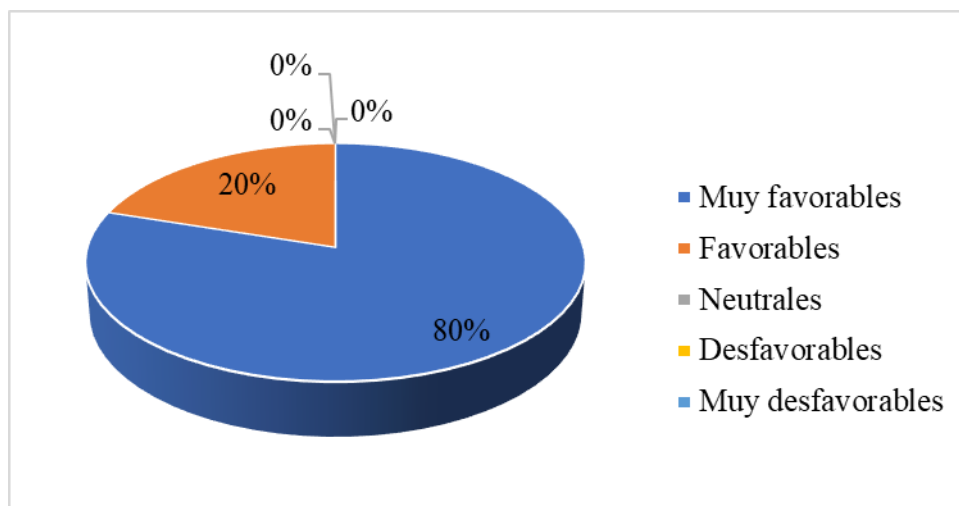


Figura 13. Condiciones del mercado español para la venta de productos procesados.

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Los importadores de la zona de Murcia, España que fueron encuestados, indicaron mayoritariamente que las condiciones del mercado español para la venta de procesados de fruta son muy favorables o favorables. Esto se daría en el marco del Acuerdo Multipartes y por las gestiones realizadas para disminuir trámites y trabas en los procesos de exportación.

Tabla 8.

Preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alto	3	60%
Alto	2	40%
Medio	0	0%
Bajo	0	0%
Muy bajo	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

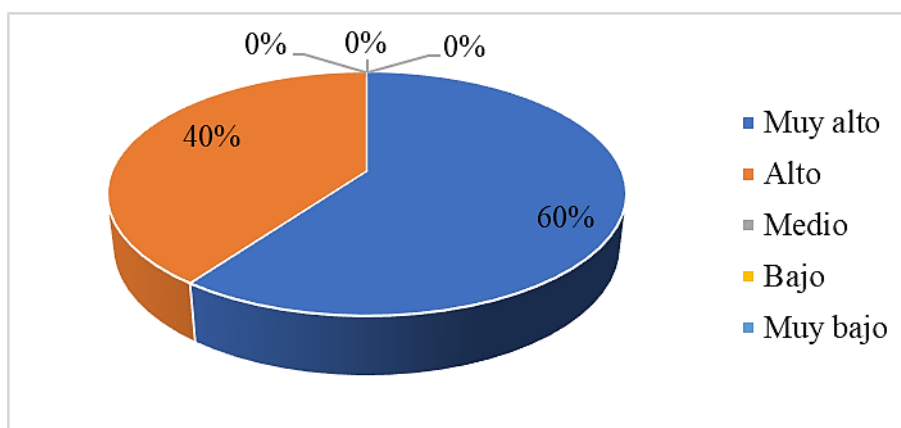


Figura 14. Preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España.

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Se consultó a los importadores sobre el nivel la preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España. La totalidad de ellos contestó que la preferencia es muy alta o alta para ese producto. A pesar de que España es productor de frutas tradicionales, existe una preferencia cada vez más importante por las frutas exóticas o tropicales y sus elaborados.

Tabla 9.

Procedencia de la mermelada que se comercializa en Murcia, España.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Europa	2	40%
Africa	0	0%
Asia	0	0%
América del Norte	1	20%
América del Sur	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

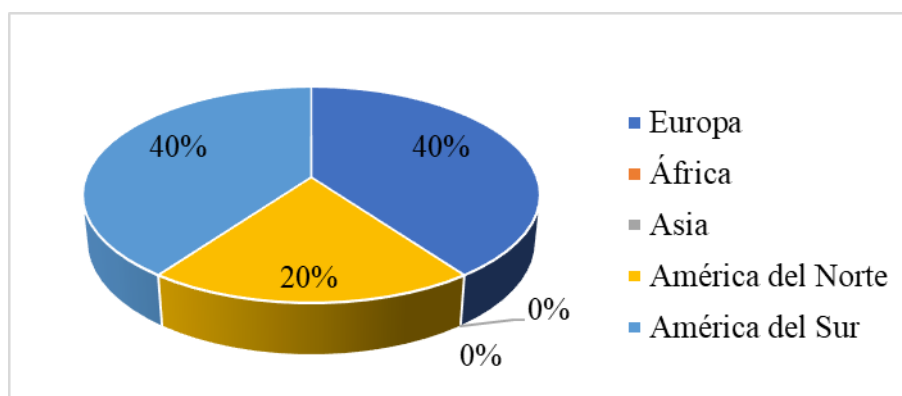


Figura 15. Preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España.

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Los importadores encuestados indicaron que la mayor parte de la mermelada de frutas que se comercializa en la región de Murcia, España, provienen principalmente de Europa y América del Sur, seguidos en menor número por América del Norte. El mercado español produce mermeladas de frutas tradicionales. Sin embargo existe una creciente demanda por la mermelada ecuatoriana elaborada de frutas exóticas o tropicales.

Tabla 10.

Importación de mermelada al año.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 5 tons.	4	80%
6 – 10 tons.	1	20%
11 – 15 tons.	0	0%
16 – 20 tons.	0	0%
Más de 20 tons.	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

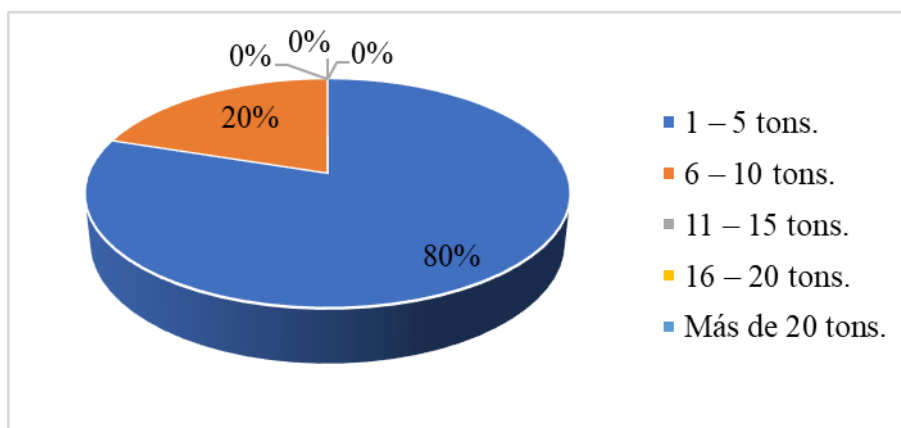


Figura 16. Importación de mermelada al año

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La mayor parte de los importadores de mermelada de la zona de Murcia indicaron que se importa entre 5 – 10 toneladas de mermelada de fruta al año, mientras que un número menor contestó que se importan solo de 1 a 5 toneladas. Este monto es aún bajo en relación al monto importado de otros productos no petroleros, lo cual indicaría que éste es un nicho que aún necesita ser llenado.

Tabla 11.

El proceso de importación de bienes de consumo desde Ecuador

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	20%
Muy Bueno	1	20%
Bueno	3	60%
Malo	0	0%
Muy Malo	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

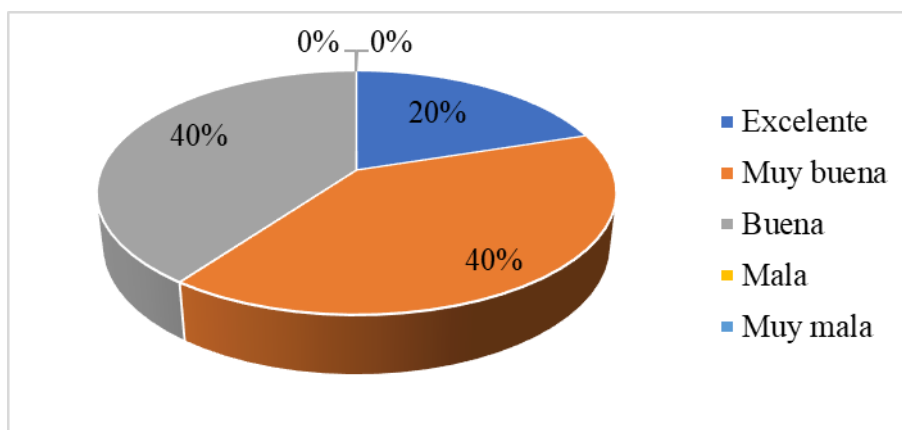


Figura 17. El proceso de importación de bienes de consumo desde Ecuador

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Los importadores consideraron mayoritariamente como bueno o muy bueno el proceso de importación de bienes de consumo desde Ecuador. En un número menor, hubo quienes consideraron este proceso como excelente. La mermelada ecuatoriana gozaba de un reducido arancel del 3% con el antiguo Sistema Generalizado de Preferencias, y de 0% con la firma del nuevo Acuerdo Multipartes con la Unión Europea.

Tabla 12.

La mermelada de frutas tropicales es conocida en España

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy Bueno	2	40%
Bueno	1	20%
Malo	1	20%
Muy Malo	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

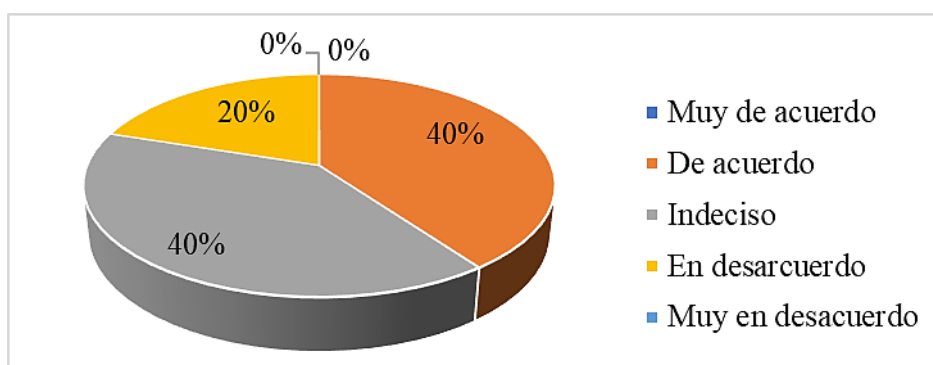


Figura 18. La mermelada de frutas tropicales es conocida en España

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Alrededor de la mitad de los importadores que fueron encuestados respondió que la mermelada de frutas ecuatoriana es conocida en España, mientras que un número similar dijo estar indeciso en su respuesta, y un número menor aún dijo estar en desacuerdo. Las respuestas de los importadores de Murcia sugieren que es necesaria una mayor promoción de este producto ecuatoriano, sobre todo porque existirían oportunidades de entrar en dicho mercado con fuerza, debido a que en dicha región habita una comunidad ecuatoriana de tamaño importante.

Tabla 13.

Tipos de clientes de la mermelada de frutas comercializada en Murcia

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Consumidores	3	60%
Mayoristas	0	0%
Minoristas	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

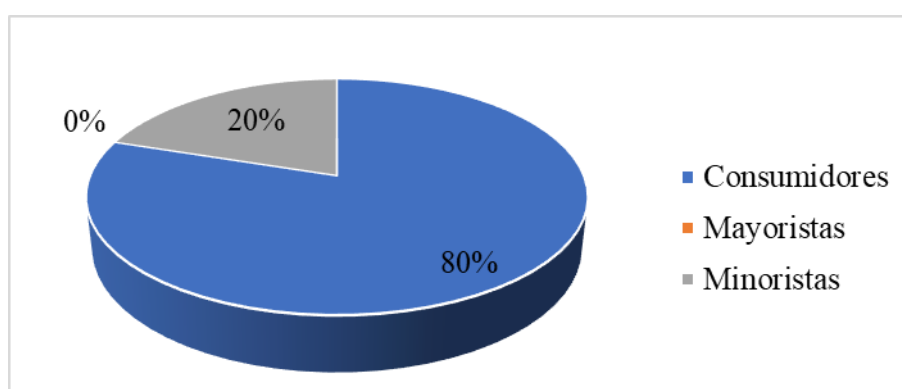


Figura 19. Tipos de clientes de la mermelada de frutas comercializada en Murcia

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Para la mayoría de los importadores potenciales de la región de Murcia, sus clientes para la mermelada que comercializan son consumidores. La opinión del resto es que quienes compran mermelada son minoristas. Estos datos confirmarían que la mermelada de frutas se vende esencialmente en tiendas, mercados o supermercados para consumo de los hogares en cantidades unitarias. Para el exportador ecuatoriano, este tipo de clientes es un indicativo que el importador español aplica como estrategia la venta personal.

Tabla 14.

Conoce de la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de La Huerta de Ina

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	0	0%
Suficiente	0	0%
Algo	0	0%
Poco	0	0%
Nada	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

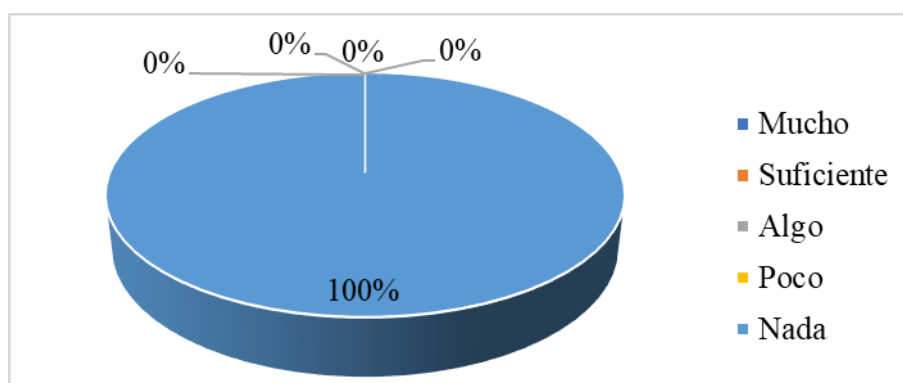


Figura 20. Conoce de la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de La Huerta de Ina

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Respecto a si conocen la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de La Huerta de Ina, los importadores de Murcia manifestaron no conocer el producto. La empresa solo produce en la actualidad para el mercado interno en ciertas provincias. A pesar de que podría ser conocida por la comunidad ecuatoriana en Murcia, es evidente que sus productos necesitan mayor promoción para mejorar su comercialización.

Tabla 15.

Probabilidades de que su empresa importe mermelada de frutas tropicales desde Ecuador

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy altas	0	0%
Altas	3	60%
Medias	2	40%
Bajas	0	0%
Muy bajas	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

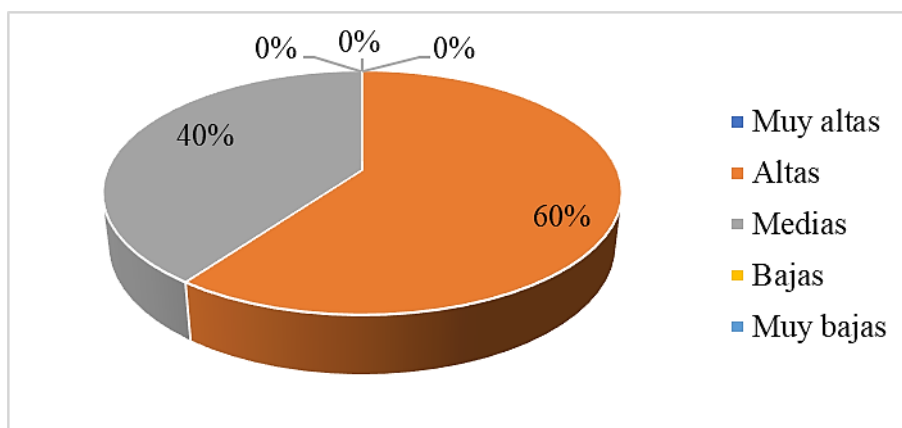


Figura 21. Probabilidades de que su empresa importe mermelada de frutas tropicales desde Ecuador

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Los importadores encuestados manifestaron su opinión mayoritaria de que muy probablemente importarán mermelada de frutas desde Ecuador. Otra porción de ellos opinó que las probabilidades de que esto suceda son medias. El consumo de frutas tropicales y sus derivados ha estado creciendo de manera sostenida en Europa y es de esperar que con las estrategias de exportación implementadas por el Ecuador, el consumo crezca también en España.

Tabla 16.

Nivel de competencia de la mermelada de frutas tropicales ecuatoriana en el mercado español.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy altas	0	0%
Altas	2	40%
Medias	2	40%
Bajas	1	20%
Muy bajas	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

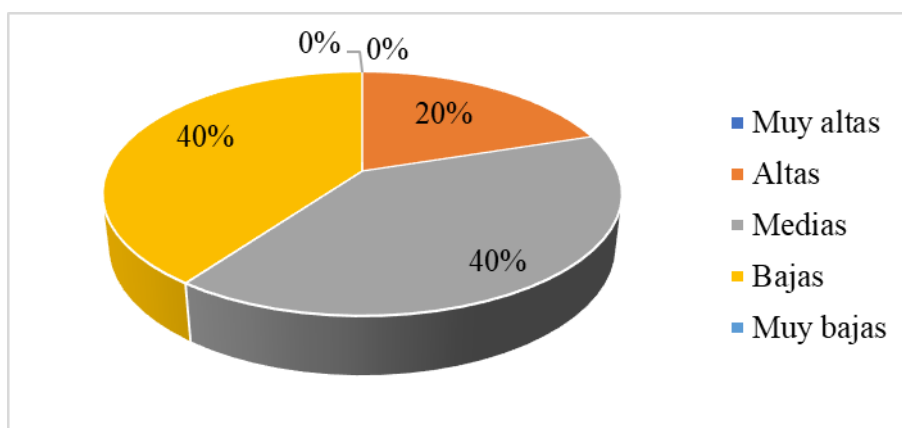


Figura 22. Nivel de competencia de la mermelada de frutas tropicales ecuatoriana en el mercado español.

Fuente: Importadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

De acuerdo con la opinión de la mayoría de los importadores encuestados, la mermelada gourmet agroecológica artesanal de fruta tropical ecuatoriana tiene competencia baja y media en el mercado español, mientras que en menor número existe el criterio que la competencia es alta. España produce mermelada de frutas tradicionales, y existe preferencia cada vez más creciente por la mermelada artesanal de fruta tropical, sin conservantes ni colorantes y con alto contenido de fruta. Esta sería una gran oportunidad para los productos de La Huerta de Ina.

3.7.4 Encuesta a exportadores de mermelada de frutas

Se aplicó un nuevo cuestionario de encuesta a 5 exportadores ecuatorianos de fruta procesada con el fin de detallar las condiciones de la exportación de estos productos al mercado español. El cuestionario incluyó un total de 10 preguntas, y de igual manera los datos fueron procesados en MS Excel. Los resultados se discuten a partir de la Tabla 17.

Tabla 17.

El tiempo que la empresa tiene exportando elaborados de frutas a España.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Más de 5 años	3	60%
4 a 5 años	1	20%
2 a 3 años	1	20%
1 año	0	0%
Menos de 1 año	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

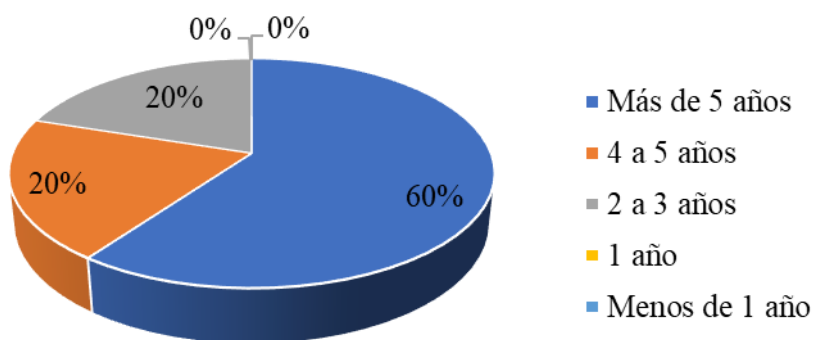


Figura 23. El tiempo que la empresa tiene exportando elaborados de frutas a España.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La mayor parte de los exportadores ecuatorianos de frutas procesadas tienen una trayectoria aceptable en el mercado, lo que permite pensar que poseen una buena estructura organizacional y ofrecen un producto de calidad.

Tabla 18.

Tipo de producto derivado de frutas que exporta.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jaleas	0	0%
Mermeladas	1	20%
Purés de fruta	3	60%
Pulpas congeladas	1	20%
Confituras de fruta	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

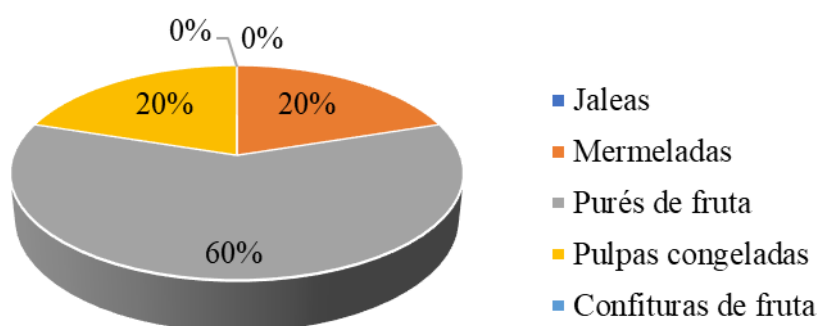


Figura 24. Tipo de producto derivado de frutas que exporta.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La mayor parte de los encuestados manifestó que el tipo de derivado de fruta que exporta son los purés de fruta. Un número menor de empresas dijo exportar mermeladas y otro tanto pulpas congeladas. La menor exportación de mermeladas sugiere que existe posibilidades para ingresar este producto al mercado español, siempre que se establezcan contactos correctos y se realice una adecuada promoción.

Tabla 19.

Nivel de aceptación de la mermelada de frutas tropicales en mercado español

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alto	3	60%
Alto	2	40%
Medias	0	0%
Bajas	0	0%
Muy bajas	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

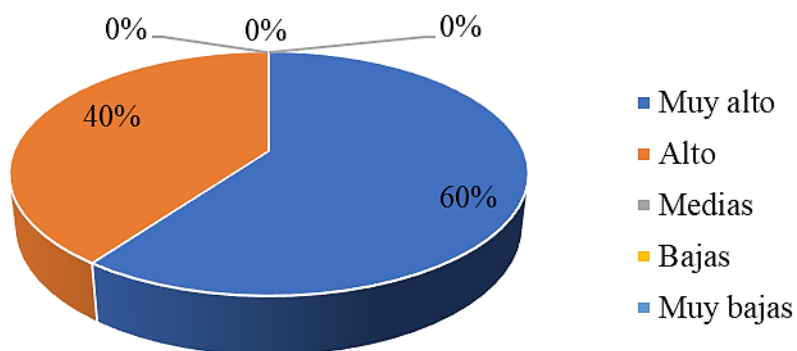


Figura 25. Nivel de aceptación de la mermelada de frutas tropicales en mercado español.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

De acuerdo con lo que indicó la mayor parte de los exportadores ecuatorianos de frutas procesadas, el nivel de aceptación para la mermelada de frutas en el mercado español es alto o muy alto. Estas respuestas se basarían en una creciente preferencia por las frutas tropicales y sus derivados por parte de consumidor español.

Tabla 20.

Condiciones actuales del mercado español para la mermelada de frutas tropicales

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy favorable	2	40%
Favorables	3	60%
Neutrales	0	0%
Desfavorables	0	0%
Muy desfavorables	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

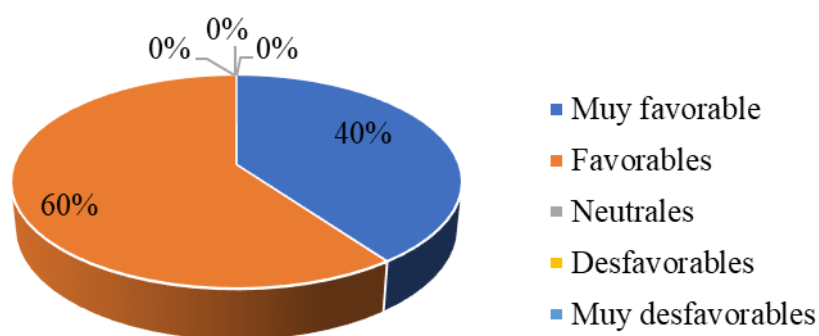


Figura 26. Condiciones actuales del mercado español para la mermelada de frutas tropicales.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Una gran parte de los exportadores encuestados describieron como favorables o muy favorables las condiciones actuales del mercado español para las mermeladas de frutas tropicales. Esta opinión estaría basada principalmente en el Acuerdo Multicomercio que concede 0% de arancel a las frutas procesadas y a la disminución de trámites y trabas por parte de Ecuador para la exportación.

Tabla 21.

Motivo por el que escogió el mercado español para exportar su producto

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facilidad de idioma	1	20%
Comunidad ecuatoriana	2	40%
Fácil proceso	1	20%
Mercado accesible	0	0%
Costos bajos	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

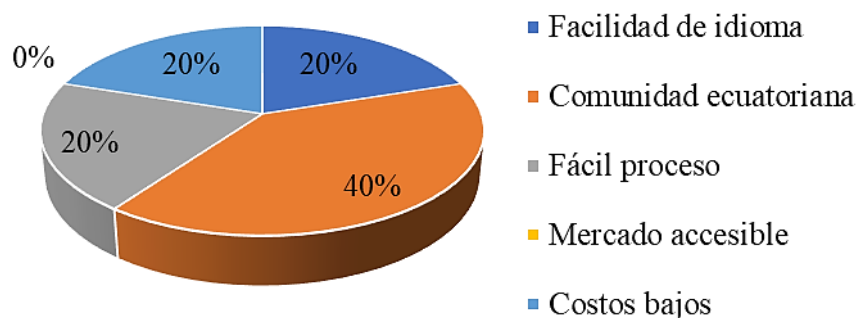


Figura 27. Motivo por el que escogió el mercado español para exportar su producto.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La mayoría de los exportadores ecuatorianos de procesados de fruta manifestó que escogió el mercado español para comercializar sus productos debido a la comunidad ecuatoriana asentada en dicho país. Tres otras razones tuvieron un peso menor: facilidad de idioma, facilidades en el proceso de exportación y costos bajos.

Tabla 22.

Incoterms utilizado para la exportación de su producto a España

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CFR	0	0%
FOB	5	100%
CIF	0	0%
FCA	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

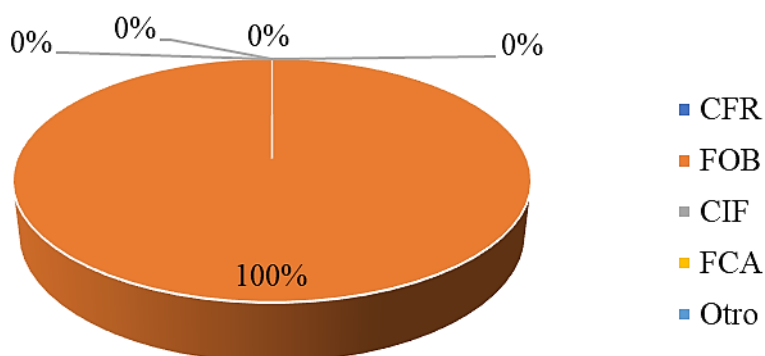


Figura 28. Incoterms utilizado para la exportación de su producto a España

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

El 100% de los exportadores que fueron encuestados indicaron que usan el Incoterms FOB para la exportación de su producto a España, lo cual sugiere que esta modalidad es la más utilizada para este tipo de negociaciones. Las exportaciones FOB hacen al exportador responsable gestionar los trámites y el riesgo de la carga hasta llegar al buque en el puerto de origen, momento en el cual la responsabilidad se transfiere al importador.

Tabla 23.

Frecuencia con que se han presentado dificultades en la exportación de su producto a España

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	0	0%
Frecuentemente	0	0%
Ocasionalmente	3	60%
Rara vez	1	20%
Nunca	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

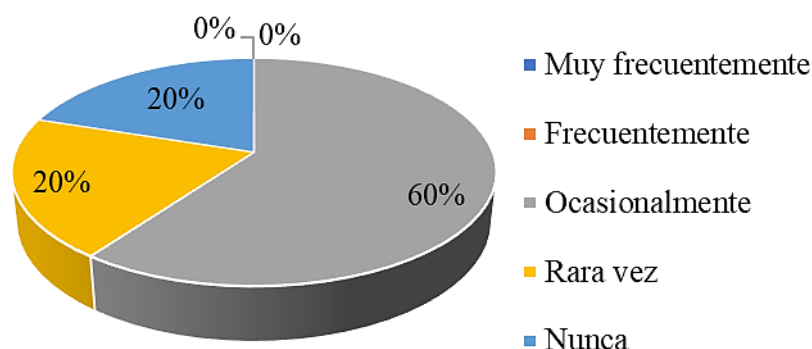


Figura 29. Frecuencia con que se han presentado dificultades en la exportación de su producto a España.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La mayoría de los exportadores encuestados indicaron que ocasionalmente se han presentado dificultades en la exportación de su producto a España, mientras que el resto dijo que éstas se presentan rara vez o nunca. Entre las dificultades comunes que han enfrentado los exportadores para llevar sus productos a España se encuentran aquellas ocasionadas por medidas que aplica el país al que se exporta, o por errores en la ejecución de procedimientos en el país exportador.

Tabla 24.

Factor que considera más relevante para el éxito de la exportación a España

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Informarse sobre trámites locales	1	20%
Presentación del producto	2	40%
Informarse sobre exigencias españolas	0	0%
Cumplir con tiempo de entrega pactado	0	0%
Costos	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

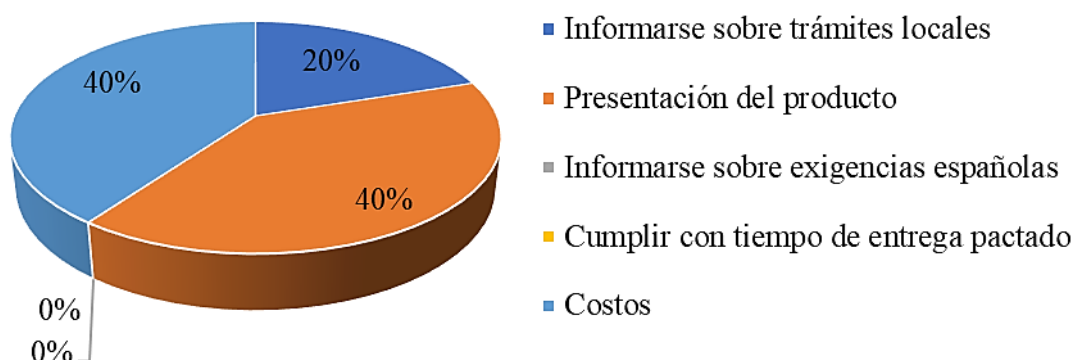


Figura 30. Factor que considera más relevante para el éxito de la exportación a España.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

La mayoría de los exportadores encuestados indicó que entre los factores más relevantes para el éxito de las exportaciones a España se encuentran la presentación del producto y los costos bajos. Entre otras razones, un menor número de exportadores manifestó que es importante informarse sobre los trámites de exportación locales.

Tabla 25.

Limitante más relevante para la negociación con importadores españoles.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de contactos en mercado español	1	20%
Falta de información sobre trámites locales	0	0%
Falta de conocimiento mercado español	1	20%
Falta de plan de exportación	3	60%
Falta de capacidad de producción.	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

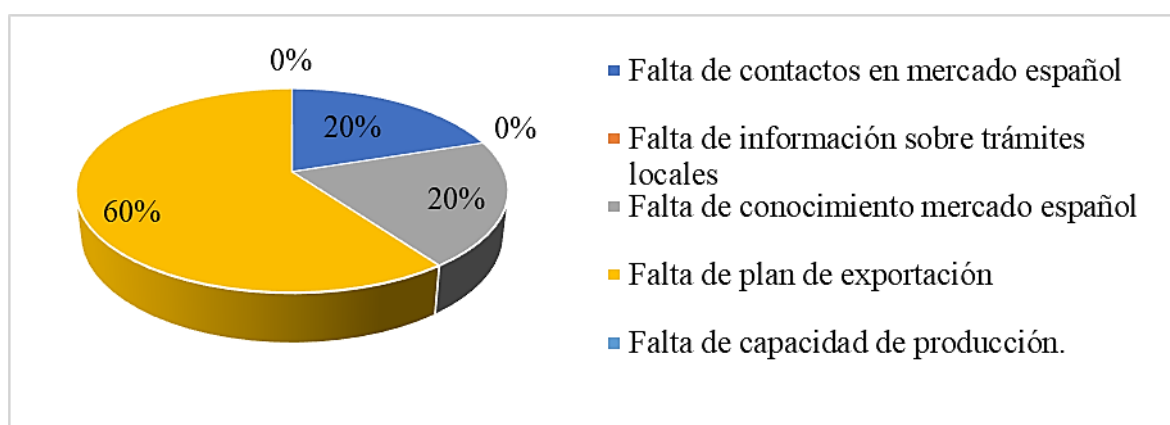


Figura 31. Limitante más relevante para la negociación con importadores españoles.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Entre los limitantes más relevante para la negociación con importadores españoles, la mayoría de los exportadores encuestados manifestó que está la falta de un plan de exportación. Otras opiniones de un número menor señalan a la falta de contactos en el mercado español y la falta de conocimiento de dicho mercado. Estas opiniones confirman la pertinencia de la propuesta del presente estudio.

Tabla 26.

Factor que en su opinión es el más relevante en un plan de exportación.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Objetivos claros	1	20%
Identificación de oportunidades	1	20%
Análisis del producto	0	0%
Análisis de barreras arancelarias	0	0%
Financiamiento	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

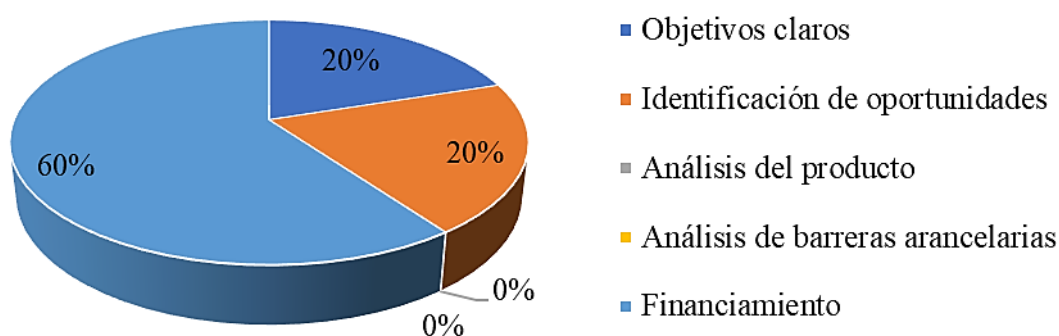


Figura 32. Factor que en su opinión es el más relevante en un plan de exportación.

Fuente: Exportadores encuestados (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Análisis

Una gran mayoría de los exportadores ecuatorianos que fueron encuestados manifestaron que el factor más relevante de un plan de exportación es la fuente de financiamiento. En un número menor, otras respuestas señalaron los objetivos claros y la identificación de oportunidades como factores relevantes. El financiamiento requerido por las empresas exportadoras es vital para expandir la capacidad productiva y mejorar los procesos de exportación de la empresa.

Capítulo IV

La Propuesta

4.1 Tema

Plan de exportación de mermelada de maracuyá con banano para la empresa La Huerta de Ina, para el ingreso del producto al mercado de Murcia, España.

4.2 Justificación

La propuesta que se detalla en este capítulo busca promover la exportación de la mermelada de maracuyá con banano de La Huerta de Ina al mercado de Murcia, España, ofreciendo un producto tipo gourmet, agroecológico y artesanal, con responsabilidad ambiental y alto valor nutritivo y energético. De este modo, se pretende además promover las exportaciones ecuatorianas de productos no tradicionales, para fortalecer la imagen del Ecuador en el mercado español. A fin de plasmar esta propuesta, es necesaria una adecuada planificación de los pasos a seguir, y de este modo no dejar pasar las oportunidades que brinde la negociación.

Es importante resaltar que en la actualidad, el mercado español, incluyendo la zona de Murcia, cumple con las condiciones necesarias para comercializar la mermelada de frutas tropicales que ofrece La Huerta de Ina. Una de las ventajas que ofrece este mercado es que en él se encuentra una de las comunidades ecuatorianas más grandes de España, lo que incidiría en una demanda y consumo importante del producto. Adicionalmente, a pesar de que España produce mermelada de frutas tradicionales, en dicho mercado es cada vez más creciente la preferencia por productos elaborados de frutas tropicales.

Por lo anterior, es pertinente el diseño de un plan de exportación de mermelada de maracuyá con banano que permita al microempresario ecuatoriano tener una hoja de ruta durante el proceso de exportación de su producto, la cual se constituye además en una herramienta para identificar las oportunidades que se puedan presentar, conocer tanto los requerimientos del país de destino del producto a exportar, como las disposiciones vigentes para alcanzar los objetivos trazados.

4.3 Objetivos de la propuesta

4.3.1 Objetivo general

Facilitar la exportación de la mermelada de maracuyá con banano de La Huerta de Ina al mercado de Murcia, España, mediante el diseño de un plan de exportación.

4.3.2 Objetivos específicos

- Establecer los pasos a seguir para la exportación de mermelada de frutas tropicales al mercado español.
- Identificar los requerimientos para comercialización el producto en el mercado externo.
- Orientar a los representantes de La Huerta de Ina en la aplicación del plan de exportación de mermelada a España.

4.4 Desarrollo del Plan de Exportación

4.4.1 Análisis del exportador

4.4.1.1 La empresa

La Huerta de Ina es una finca dedicada al cultivo de frutas principalmente tropicales. Se describe como microempresa y está localizada en Santo Domingo de los Tsáchilas, en el Recinto Congoma Chico, Sitio Paraguas, Parroquia Puerto Limón. Esta finca agroecológica y artesanal inició sus actividades comerciales en el año 2005.

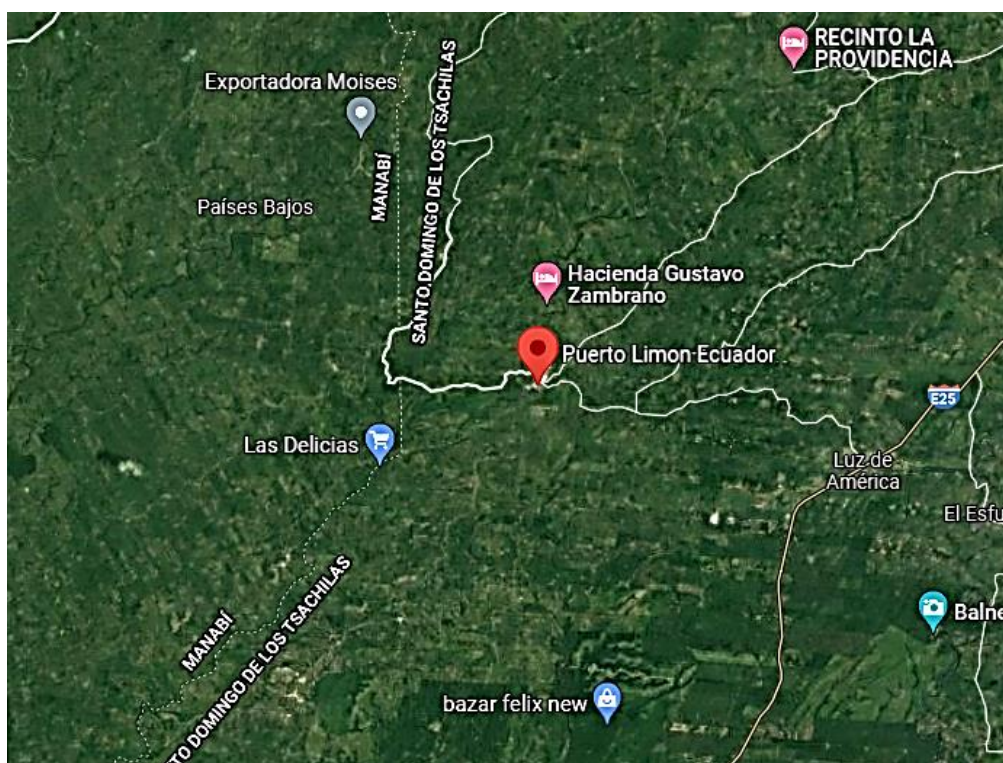


Figura 33. Ubicación de la Finca de La Huerta de Ina.

Fuente: Google Maps (2021).

4.4.1.2 Capacidad instalada

La Huerta de Ina funciona en una finca de 7 hectáreas, y se dedica al cultivo de más de 80 tipos de frutos exóticos, los cuales son procesados bajo parámetros ambientales para producir productos derivados de frutas tropicales que son comercializados en el mercado interno. La empresa produce alrededor de 5 kg diarios de mermelada por sabor, existiendo 16 diferentes sabores de mermeladas, lo que hace un total de 80 kg de mermelada al día. Este nivel de producción equivaldría a aproximadamente 1,6 toneladas de mermelada al mes.

Sus productos no tienen contaminantes y más bien ofrecen un alto valor nutritivo. Esta microempresa mantiene alianzas estratégicas con comercializadoras de productos como La Favorita.

4.4.1.3 Misión

Ser un emprendimiento agroecológico que contribuye al cuidado de la naturaleza y a la salud de las personas con productos orgánicos artesanales, mediante el cultivo de frutas y hortalizas, para de este modo constituirse en una unidad de negocio rentable, que ocupe una posición favorable en el mercado gourmet agroecológico artesanal de conservas de frutas tropicales exóticas. (La Huerta de Ina, 2021)

4.4.1.4 Visión

Ser la empresa productora y comercializadora de productos gourmet agroecológicos artesanales líder en el mercado, mediante cultivos tropicales exóticos, demostrando que las pequeñas fincas sí son sustentables en el tiempo y manteniendo un crecimiento sostenido. (La Huerta de Ina, 2021)

4.4.2 Situación actual de la empresa

4.4.2.1 Análisis organizacional

La Huerta de Ina es una microempresa familiar. Su representante legal es Jeakeline Quishpe Toapanta. En la finca laboran 6 personas entre las que se incluye un capataz, quien tiene a su cargo a 1 agricultor, 1 horticultor, y 1 peón. Adicionalmente, esta microempresa cuenta con 1 cocinera, quien prepara la mermelada y 1 envasador-empacador, quien deja listo el producto final.

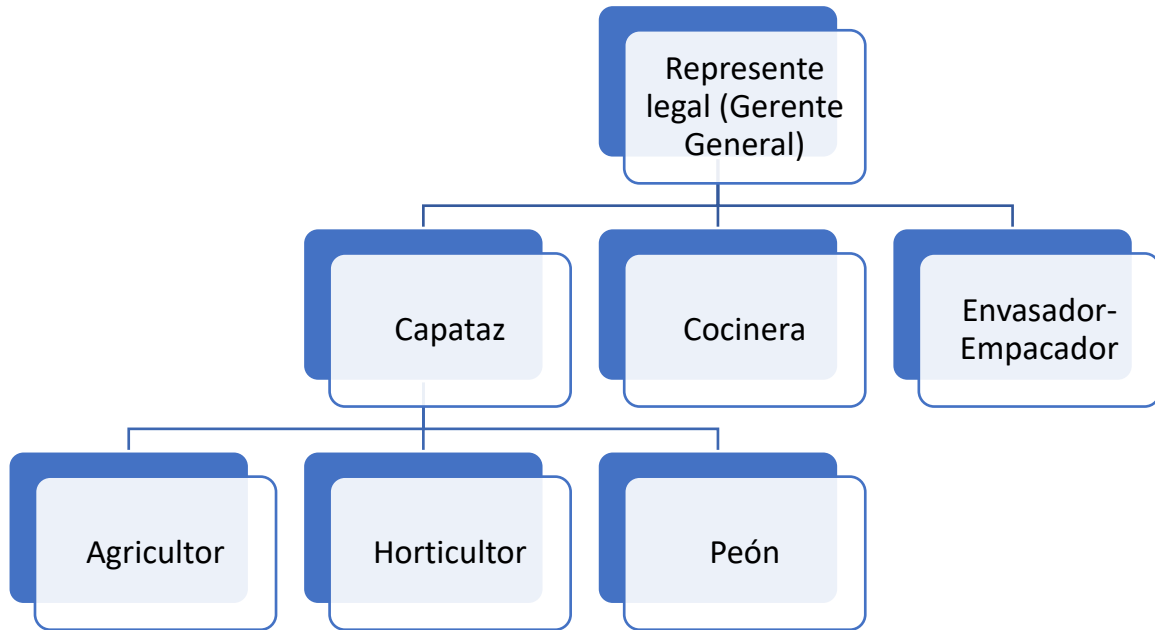


Figura 34. Organigrama de La Huerta de Ina.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).



Figura 35. Representante legal de La Huerta de Ina.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).



Figura 36. Agricultor.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).



Figura 37. Horticultor.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).



Figura 38. Peón de La Huerta de Ina.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

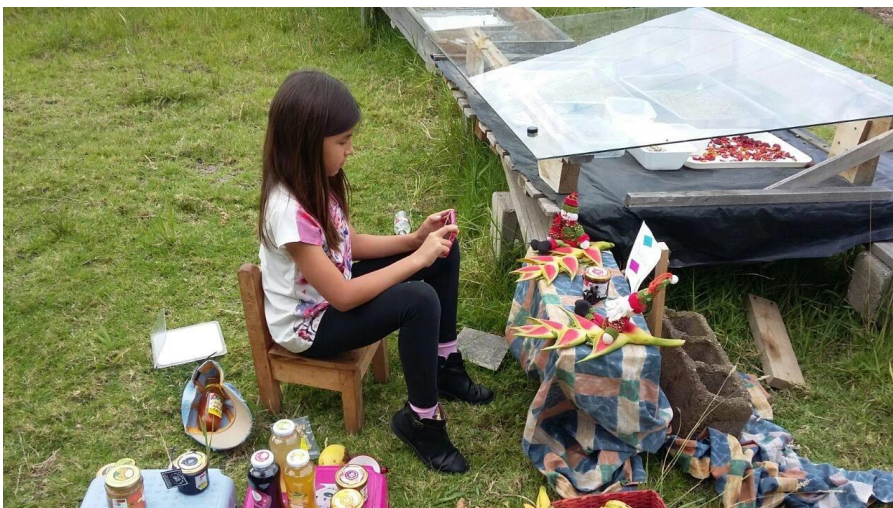


Figura 39. Elaboración de mermelada.

Fuente: La Huerta de Ina (2021).

4.4.2.2 *Objetivos estratégicos de la propuesta*

a) Corto plazo:

- Introducir la mermelada de maracuyá con banano en el mercado de Murcia, España, con un promedio anual de envío de 4 contenedores de 20”.
 - Plazo: 1 año
 - Estrategia: penetración en el mercado.
- Buscar canales de distribución para la mermelada en el mercado de Murcia.
 - Plazo: 1 año
 - Estrategia: canales de distribución

b) Mediano plazo:

- Captar las preferencias de los migrantes ecuatorianos en Murcia en relación a la oferta de mermeladas españolas.
 - Plazo: 3 años
 - Estrategia: Promoción de la mermelada de maracuyá y banano.

c) Largo plazo:

- Ingresar la mermelada de maracuyá y banano en el mercado de Murcia.
 - Plazo: 5 años.
 - Estrategia: Promoción de la mermelada de maracuyá y banano.

4.4.2.3 *Productos de La Huerta de Ina*

En cuanto a productos que elabora, La Huerta de Ina produce 32 tipos de mermeladas, las cuales principalmente son el resultado de combinaciones de frutas. Adicionalmente, la finca produce arropes, aderezos, sales y condimentos. Todos los productos están elaborados con cultivos agroecológicos de tipo gourmet.

Los productos que ofrece La Huerta de Ina son elaborados de frutas exóticas y especias, clasificadas de la siguiente manera:

- Gran variedad de mermeladas ecológicas.
- Conservas de frutas exóticas.
- Condimentos compuestos de sal marina y hierbas secas.
- Arropes elaborados con combinación de frutas exóticas.
- Cacao rústico.
- Galletas de harina de plátano
- Bebidas freshtea.

- Frutas deshidratadas.
- Labiales balsámicos en base a frutas tropicales.

4.4.2.4 *Competidores ecuatorianos*

Entre las empresas ecuatorianas competidoras de La Huerta de Ina, y que producen mermelada de frutas tropicales, se encuentran Conservas Guayas, Snob, Facundo, Gustadina, Levapan; en sabores como guayaba, frutilla, banano, durazno, mora, piña y mango.

La competencia más reconocida en el mercado ecuatoriano es la mermelada marca Facundo, producida por el Grupo Vilaseca, el mismo que además produce otro tipo de alimentos como lácteos, vegetales procesados, bebidas o helados. Le sigue Gustadina, marca producida por Pronaca, que además produce marcas como Mr. Pollo, Mr. Chanco, Mr. Fish, Indaves, Plumrose, entre otras. En tercer lugar se encuentra Conservas Guayas. Todas las empresas mencionadas son también exportadoras.

A pesar de la enorme infraestructura y capacidad de producción de la competencia, la ventaja comparativa de las mermelada producida por La Huerta de Ina es que se trata de una mermelada gourmet agroecológica que ofrece una alta variedad de combinaciones de frutas exóticas.

4.4.2.5 *Producto a exportar*

El presente plan de exportación plantea la selección de la mermelada de maracuyá con banano para ser exportada al mercado de Murcia, España, la misma que tendría una presentación de envase de vidrio de 250 gramos.



Figura 40. Mermelada de maracuyá con banano.
Fuente: La Huerta de Ina (2021).

4.4.2.6 Clasificación arancelaria del producto a exportar

El Comité de Comercio Exterior emitió la Resolución 020-2017 del Ecuador describiendo las partidas arancelarias para todos los productos que se exportan. Entre ellos se encuentran los elaborados de fruta, a quien le corresponde la nomenclatura 2007.91.10, refiriéndose a “Confituras, jaleas y mermeladas de frutas cítricas o agrios” (Comité de Comercio Exterior, 2012). A continuación se describe esta partida:

“Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos”, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

Tabla 27.

Clasificación arancelaria mermeladas

PARTIDA	PRODUCTO	UF	TARIFA ARANCELARIA
20.07	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante		
2710.	- Preparaciones homogeneizadas	Kg	30
	- Los demás:	Kg	
2007.91	-- De agrios (cítricos):	Kg	
2007.91.10.00	--- Confituras, jaleas y mermeladas	Kg	20
2007.91.20.00	--- Purés y pastas	Kg	30
2007.99	-- Los demás:	Kg	
	--- De piñas (ananás):	Kg	
2007.99.11.00	---- Confituras, jaleas y mermeladas	Kg	30
2007.99.12.00	---- Purés y pastas	Kg	30
	--- Los demás:	Kg	
2007.99.91.00	---- Confituras, jaleas y mermeladas	Kg	30
2007.99.92	---- Purés y pastas:	Kg	
2007.99.92.10	----- De banano	Kg	30
2007.99.92.20	----- De durazno	Kg	30
2007.99.92.30	----- De manzana	Kg	30
2007.99.92.40	----- De pera	Kg	30
2007.99.92.50	----- De mango	Kg	30
2007.99.92.90	----- Los demás	Kg	30

Nota. Adaptado de Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías del Ecuador.

Fuente: Comité de Comercio Exterior (2021).

Esta clasificación arancelaria que indica un arancel de 20% para la mermelada, cambia a 0% de arancel con el Acuerdo Multipartes vigente con la Unión Europea.

4.4.3 Evaluación global

4.4.3.1 FODA

A continuación se realiza un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del presente plan de exportación de mermelada de maracuyá y banano al mercado de Murcia, España, de La Huerta de Ina.

Tabla 28.

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El producto es artesanal, sin químicos ni conservantes, ajustándose a las preferencias del mercado español. • El producto es ecológico, tipo gourmet y contiene gran cantidad de fruta. • El abastecimiento de la fruta para elaborar la mermelada proviene de su propia finca. • Trayectoria elaborando mermelada para el mercado interno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de mermelada no es suficiente para abastecer a todas las provincias del Ecuador. • Requiere de financiamiento para ampliar capacidad instalada para exportación. • Existe desconocimiento del proceso de exportación. • No conoce el mercado de destino para sus productos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Interés de importadores potenciales por el producto que ofrece. • Mercado español tiende cada vez más a consumir frutas tropicales y sus productos procesados. • Frutas ecuatorianas y sus derivados se han posicionado en mercado español. • Comunidad ecuatoriana en Murcia, España, es una de las más numerosas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pandemia de COVID-19 podría causar restricciones y trabas en la obtención de créditos. • Variantes o recrudecimiento de Pandemia de COVID-19 podría ocasionar cierre de fronteras y paralización del comercio. • Alta competencia de mermelada elaborada en mercado español.

<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo Multipartes con la UE brinda 0% de arancel a frutas procesadas. • Entidades ecuatorianas facilitan exportaciones disminuyendo trámites y trabas, y ofreciendo asesorías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posible competencia de otros exportadores ecuatorianos por beneficios de Acuerdo Multiparte y gestiones del gobierno.
---	---

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

4.4.4 Los trámites para exportar

4.4.4.1 Requisitos para el exportador

En el Ecuador, toda persona natural o jurídica, ecuatoriana o extranjera que radique en el país, que requiera exportar bienes al exterior, debe primero registrarse como exportador en el portal ECUAPASS, previo a la aprobación del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. Para ello, existen pasos previos que deben realizarse (Figura 41):

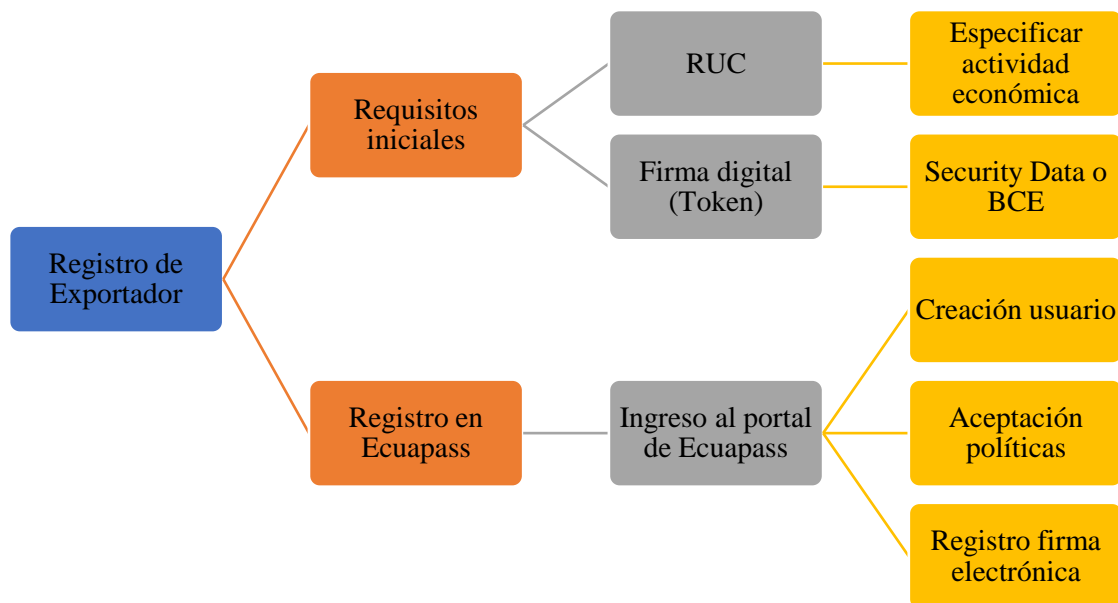


Figura 41. Pasos previos a la importación de bienes.

Fuente: Aduanas del Ecuador (2021).

4.4.4.2 Obtención de la Firma Digital

El Certificado Digital para firma electrónica puede ser obtenido ya sea a través del portal del Banco Central del Ecuador o la empresa Security Data. Los requisitos y pasos a seguir para su obtención dependen de la naturaleza del solicitante. El tipo de firma que se requiere para registrarse como exportador es aquella denominada Firma Digital en Token.

1. Persona Natural. En este caso la firma digital puede tener una validez de 1 a 5 años. Los documentos solicitados deberán ser suministrados en formato PDF. Se requiere:
 - a. Ser persona física y tener mayoría de edad.
 - b. Copia a color de la cédula de identidad o pasaporte en caso de extranjeros.
 - c. RUC electrónico.
2. Representante Legal. La firma digital puede tener una validez de 1 a 5 años, dependiendo de la antigüedad del nombramiento.
 - a. Para empresas que se encuentren reguladas por la Superintendencia de Compañías, el trámite es personal, a menos que se solicite el servicio de validación en línea. Se requiere:
 - i. Copia a color de la cédula o pasaporte en caso de extranjeros.
 - ii. RUC electrónico.
 - b. Para empresas que no estén reguladas por la Superintendencia de Compañías, el trámite también es personal, a menos que solicite el servicio de videoconferencia. Se requiere:
 - i. Copia original de la cédula o pasaporte en caso de extranjeros.
 - ii. RUC electrónico.
 - iii. Copia a color del nombramiento vigente del representante legal.
 - iv. Copia a color de la constitución o del documento equivalente de la Empresa solicitante.
3. Miembro de una empresa. La firma digital puede tener una validez de 1 a 5 años.
 - a. Para empresas que se encuentren reguladas por la Superintendencia de Compañías, el trámite es personal a menos que se solicite el servicio de validación en línea. Se requiere:
 - i. Copia a color de cédula o pasaporte en caso de extranjeros miembros de la empresa.
 - ii. Copia a color de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.
 - iii. Copia a color de la autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa, para la emisión del certificado de Firma Electrónica.
 - iv. Formato de carta de autorización.
 - v. RUC electrónico.
 - b. Para empresas no reguladas por la Superintendencia de Compañías el trámite es personal, a menos que solicite el servicio de videoconferencia. Se requiere:

- i. Copia a color de la cédula o pasaporte en caso de extranjeros miembros de la empresa.
- ii. Copia a color de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.
- iii. Copia a color de la Autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa, para la emisión del certificado de Firma Electrónica.
- iv. Formato de carta de autorización.
- v. RUC electrónico
- vi. Copia a color del nombramiento vigente del representante legal.
- vii. Copia a color de la constitución o del documento equivalente de la Empresa solicitante.

El costo de la firma electrónica en Token varía dependiendo del tiempo de vigencia solicitado:

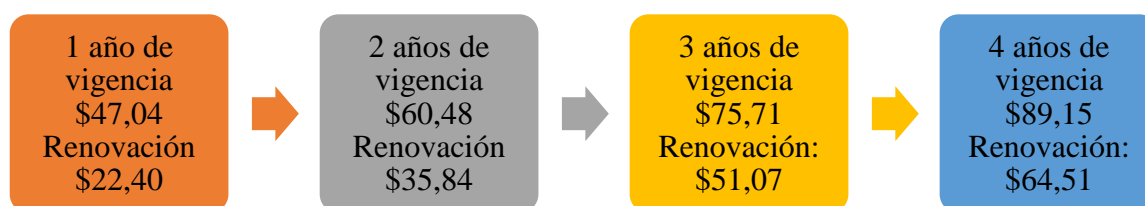


Figura 42. Precios de la firma electrónica en archivo Token.

Fuente: Security Data (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

4.4.4.3 Registro de importador en Ecuapass

Los requisitos para obtener el registro de exportador de acuerdo con Aduanas del Ecuador (2021) son los siguientes:

- 1) Gestionar el RUC en el Servicio de Rentas Internas
- 2) Gestionar la adquisición del Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación, el cual es emitido ya sea por el Banco Central o la empresa Security Data.
- 3) Ingresar al sistema Ecuapass y escoger la opción Nuevo Registro.
 - a. Seleccionar la opción "Solicitud de Registro de Usuario de Representante de Comercio Exterior" y registrar la siguiente información:
 - i. Información de Empresa

- ii. Datos del Representante Legal en el SRI
 - iii. Información de Representante de Comercio Exterior
 - iv. Información de Operación: Seleccionar la opción "Imp/Exportador"
 - v. Información de Certificado Digital
- b. Adjuntar la documentación correspondiente
 - c. Registrar y firmar la solicitud de usuario de comercio exterior. (Aduanas del Ecuador, 2021)

4.4.5 La logística

En un plan de exportaciones, la descripción de la logística considera todos los procesos que intervienen en la exportación de un bien. Esto incluye empaque, embalaje, etiquetado, cubicaje, entre otros procesos necesarios para colocar el producto en el país de destino.

4.4.5.1 La carga

Usualmente, los bienes exportados son considerados carga general, unitarizada y frágil. Para el caso de la mermelada de maracuyá y banano, se utilizará un contenedor de 20 pies, tipo estándar, modalidad FCL (Full Container Less). Este tipo de contenedor requiere que carga sea empacada y embalada. A continuación se describe la ficha base del producto a exportar:

Producto:	Mermelada de maracuyá con banano
Subpartida arancelaria	2007.91.10.00
País de origen	Ecuador
País de destino	España
Tipo de transporte	Marítimo
Puerto de origen	Guayaquil
Puerto de destino	Cartagena, Murcia

4.4.5.2 Empaque, etiquetado, embalaje

Para la exportación del producto al mercado de Murcia, España, se utilizarán dos tipos de empaque, el primario, que consiste en aquel que contiene el producto, y que en este caso es el envase de vidrio que contendrá 250 gramos de mermelada, y el empaque secundario, que es la caja de cartón que contendrá los frascos. Esta caja está prevista que sea de cartón corrugado a doble lado, con un tamaño de 3,9 mm externos por 3 mm internos de

corrugado. Esta caja tendrá una capacidad de 24 frascos de mermelada, los mismos que serán con plástico de burbujas y con divisores entre cada frasco.

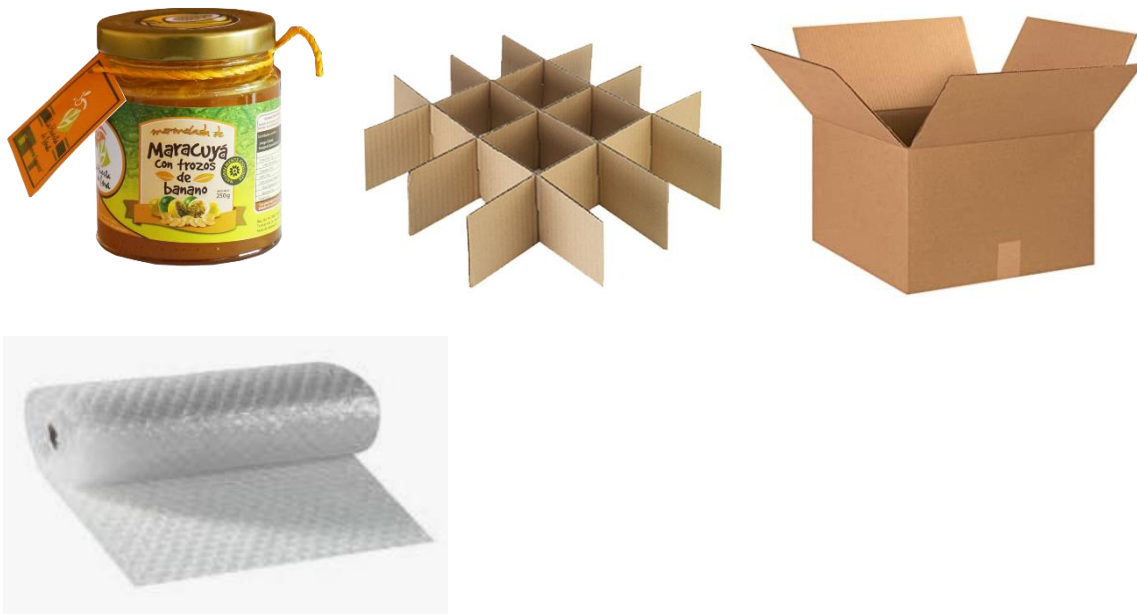


Figura 43. Empaque del producto

Fuente: Uline (2021).

En cuanto al etiquetado, éste mostrará la información que identifique la clase de producto que se exporta, describiendo sus características, el tiempo de consumo, fecha de elaboración y caducidad, entre otros. Puede utilizarse etiquetas adhesivas o impresión directa de esta información sobre el empaque. Será necesario observar las normas ISO 7000 para colocar la información del producto en la etiqueta, así como para confirmar el tamaño, cantidad, peso, logo, país de origen, propiedades del producto, entre otra información importante que impone la norma (ProEcuador, 2021).

Por otra parte, a fin de identificar de manera adecuada los productos a exportar, es necesario el marcaje de las cajas y de los pallets, los cuales deben contener la siguiente información:

- País de destino
- País de origen
- Nombre del exportador
- Cantidad del producto
- Calidad

- Peso Neto
- Nombre del importador
- Dirección del importador

4.4.5.3 *Cubicaje*

Para la exportación de mermelada de maracuyá y banano al mercado de Murcia, España, será necesario utilizar un contenedor de 20", cuyas medidas son 5,90 metros de largo, 2,35 metros de ancho y 2,38 metros de alto. Su capacidad es de 18 toneladas.

La mermelada estará contenida en un frasco redondo con tapa de acrílico. Su tamaño es estándar y tendrá un diámetro de 6 cm y 10 cm de profundidad. El peso del contenido de cada frasco será de 250 gramos, y un peso total incluido el frasco de 380 gramos.

Cada caja contendrá un total de 24 frascos de 250 gramos de contenido, con un total de peso por caja de 9,12 kg. La dimensión de las cajas permitirá la formación de unidades de carga paletizadas que tienen como finalidad acceder a un ahorro en costo de transporte y ayudar a la manipulación de la mercancía. Los pallets utilizados son de manera corriente pero resistente.



Figura 44. Pallets.

Fuente: Uline (2021).

4.4.6 **Documentación necesaria**

- **Factura comercial.**

En la factura deben detallarse los datos del importador y exportador, información de contacto, la cantidad del producto exportado, valor unitario y total. Asimismo, se debe incluir la partida arancelaria del producto exportado, el término de negociación y la forma de pago. Se requerirá la factura original más 2 dos copias de esta.

- **Conocimiento de embarque.**

El conocimiento de embarque es conocido además por las siglas en inglés BL (Bill of Lading), y acredita la propiedad de la mercancía. Su emisión se realiza por triplicado. Debe incluir el detalle de la mercancía, el nombre del consignatario, el nombre del puerto de destino, la matrícula del buque que lo transporta, el peso, cantidad de bultos, entre otros. Se deberá detallar también si el flete está prepago o si el importador debe pagarlo (Aduanas Ecuador, 2021).

- **Lista de empaque.**

Debe incluir el detalle de la mercancía considerando su embalaje y presentación, así como las cantidades por empaque (Fernández, 2017).

- **Declaración aduanera de exportación (DAE).**

Se debe realizar la declaración de exportación en el portal del Ecuapass y se debe adjuntar la factura comercial, documento de embarque y certificados previos o de origen de ser el caso. Adicional los datos a llenar son; datos del exportador, descripción de la mercancía, datos del consignante, destino de la carga, pesos y cantidades. (SENAE, 2017)

- **Certificado de origen.**

Este documento es indispensable para obtener los beneficios vigentes con el país hacia donde se exporta. Se lo obtiene una vez el exportador se registra en la Ventanilla Única de Ecuapass. Es necesario retirarlo de manera física (Pro Ecuador, 2021)

- **Certificado sanitario de exportación.**

Este certificado es emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Se emite de manera exclusiva para el lote que se exportará exportar (Pro Ecuador, 2021).

- **Certificado de calidad.**

Este certificado se obtiene en el INEN una vez que la empresa productora, sus procesos y maniobras cumplen con las condiciones de calidad establecidos en la Norma ISO 9001. Además verifican que la empresa productora y la comercializadora cumplan con las Buenas prácticas de manufacturas y que el sistema de producción se encuentre enmarcado en la ISO 22000 que es el manejo con inocuidad de alimentos. (INEN, 2017)

- **Certificado fitosanitario.**

Se debe realizar el trámite para la obtención del Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE) para plantas y productos vegetales originarios y procedentes del Ecuador. El CFE avala el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios exigidos por el país importador (Gobierno del Ecuador, 2021)

- **Póliza de seguro.**

Se debe aplicar un seguros sobre el valor FOB de la carga. Para la exportación de mermelada de maracuyá y banano al mercado de Murcia, España, se aseguraría la mercancía al 15% del valor FOB.

4.4.7 Costos del transporte y flete

A fin de determinar el transporte a ser utilizado, es necesario calcular los costos que conlleva. En primera instancia, la transportación de la mercancía hasta el puerto de Guayaquil se realizará por vía terrestre a través de la empresa Cargo Planeta, y posteriormente, la mercancía será transportada por vía marítima hasta el puerto de Cartagena, Murcia, España.

La transportación terrestre de la carga tiene un costo aproximado de \$200 (Cargo Planeta, 2021), y el costo del flete marítimo para el contenedor de 20” es de alrededor de \$1.400 (Panatlantic, 2021). Por lo que el costo total para cuatro contenedores que se exportaran al año será de \$6.400,00.

4.4.8 Distribución del producto

En principio, los canales de distribución que se utilizarán en la exportación de mermelada de maracuyá con banano por parte de La Huerta de Ina, serán los importadores potenciales del mercado de Murcia que fueron seleccionados para la elaboración de esta propuesta, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 29.

Importadores – Proveedores de derivados de frutas para Murcia, España

IMPORTADORA	CIUDAD	CONTACTO	E-MAIL
• Bio Lobrot	Calasparra, Murcia	608 629 998	comercial@biolobrot.es
• Confituras Tradicionales	Caravaca de la Cruz - Murcia	625 152 093	confituras.tradicionales@hotmail.es
• Productos Manipulados Abellán	Murcia – Murcia	968 870 338	pepejo@pepejolabrador.com
• Productos Bionaturales Calasparra	Calasparra – Murcia	968 720 902	probicasa@gmail.com
• Productos Mediterráneo Belchi Salas	Alhama de Murcia - Murcia	968 632 425	comercial@villaolivo.com

Fuente: Proveedores (2021).

Elaborado por: Cueva y Enríquez (2021).

Es importante destacar que estos importadores potenciales cuentan con infraestructura distribuir y comercializar la mercancía. Será necesario considerar ampliar el listado de importadores para incrementar la comercialización del producto en dicho mercado.

4.4.9 Incoterms

El Incoterms que se manejará será el FOB. En esta modalidad, el vendedor asume los costos hasta que la mercadería es cargada en el barco. El vendedor también organiza el transporte aunque el comprador corre con los gastos. El comprador asume la responsabilidad del despacho, el costo de flete, descarga, despacho de importación y entrega en destino, así como del seguro en caso de contratarlo. La transferencia de riesgo se produce cuando la mercancía está a bordo (CCI, 2020).

4.4.10 Forma de pago

Los pagos en la exportación de productos se realizan por lo general mediante una carta de crédito. Esta es la manera más segura de evitar contratiempos tanto para el importador como para el exportador de la mercancía.

En una carta de crédito, el banco del importador recibe y entrega los documentos para que la mercadería sea retirada una vez que se reciba el pago correspondiente, y luego lo entrega al banco del exportador, el mismo que a su vez se lo entrega al cliente.

4.4.11 Financiamiento

El financiamiento requerido para ampliar la capacidad instalada de producción y para cubrir las necesidades de exportación de mermelada de La Huerta de Ina se obtendrán de un crédito del sector financiero privado. El crédito que se otorgue servirá además para adecuar la infraestructura de la finca para convertirla en un centro de distribución, por lo que se adquirirá la tecnología necesaria, junto a herramientas e insumos.

En la actualidad, la empresa considera que se requiere el 100% de financiamiento obtenido de BanEcuador, entidad que ofrece financiamiento productivo para pequeñas y medianas empresas, y donde es posible obtener créditos desde \$5 mil y hasta \$500 mil, con un plazo de hasta 10 años y con una tasa de interés de 11,25%.

CONCLUSIONES

El proceso de esta investigación que conllevó la aplicación de técnicas e instrumentos para recabar la información sugiere que la exportación de mermeladas de maracuyá y banano de La Huerta de Ina puede ser el punto de partida para incrementar la oferta hacia el mercado europeo, aprovechando la importante comunidad ecuatoriana en el mercado de Murcia, España, y la aceptación de las mermeladas en general, por tratarse de derivados de frutas tropicales con alto valor nutritivo y energético.

La entrevista al representante legal de La Huerta de Ina permitió confirmar la insuficiente comercialización de su mermelada gourmet ecológica, la misma que solo se expende en ciertas provincias del Ecuador. A esto se agrega la falta de financiamiento para adecuar sus instalaciones y la falta de información respecto a los procesos de exportación y mercado español, lo cual confirma la necesidad de contar con un plan de exportación para competir en el mercado internacional.

La entrevista al representante de Pro Ecuador permitió identificar las acciones tomadas para promover las exportaciones de procesados de fruta al mercado español, siendo un factor clave el Acuerdo Multipartes vigente con la Unión Europea que torna más competitivas a las exportaciones ecuatorianas no petroleras. Adicionalmente, fue posible identificar que entre las acciones tomadas por Pro Ecuador para favorecer el comercio entre ambos países se encuentra la creación de oficinas antenas, la reducción de trámites y trabas en la exportación, y un mejor clima de negocios.

La encuesta a los importadores potenciales de mermelada en Murcia, España, permitió concluir que un 80% de los encuestados considera que existen condiciones favorables para la mermelada de frutas ecuatoriana. La preferencia por estos productos es alta y existe cabida para su exportación a este mercado, sobre todo porque el 80% de los encuestados confirmó que el producto se comercializaría mediante una estrategia personal, es decir, para que llegue directo al consumidor. De igual manera, un 40% de los encuestados consideró muy bueno el proceso de importación desde Ecuador, por lo que un 60% de los importadores considera altas las probabilidades de importar este producto.

La encuesta a los exportadores ecuatorianos de mermelada de frutas, se pudo constatar que la mayor parte tiene más de 5 años de experiencia en el mercado, aunque tan solo el 20% se dedica a exportar mermeladas. Adicionalmente, los exportadores confirmaron el alto porcentaje de aceptación de los productos de frutas procesadas en el mercado español, y

reiteraron que las condiciones en la actualidad son favorables o muy favorables, lo cual es comprensible en parte por la comunidad ecuatoriana radicada en dicha región. A pesar de ello, un 60% de los exportadores indicaron que el limitante más importante para la comercialización del producto en el mercado español es la falta de un plan de exportación.

Las exportaciones de procesados de fruta ecuatoriana están beneficiadas por el Acuerdo Multipartes firmado con la Unión Europea, lo que permite que los productos ecuatorianos sean más competitivos en el mercado europeo. A esta ventaja se añaden las gestiones que entidades como Pro Ecuador y Corpei realizan para facilitar el comercio exterior, entre las que se encuentra la disminución de trabas y trámites, así como un apoyo y asesoría constante para el exportador ecuatoriano.

El plan de exportación de mermelada de maracuyá y banano para La Huerta de Ina considera los procesos necesarios para que se cumplan de manera eficiente los requerimientos de exportación y se obtengan resultados satisfactorios. El clima para exportar a España es favorable debido a los beneficios de los que el Ecuador goza, por lo que el exportador ecuatoriano debe aprovechar estas circunstancias para favorecer las exportaciones no tradicionales.

El valor agregado de la mermelada producida por la microempresa ecuatoriana ofrece grandes oportunidades de aceptación en el mercado español debido a la calidad del producto, y el valor agregado que ofrece al ser gourmet, agroecológica y artesanal.

La Huerta de Ina requiere de un financiamiento importante para mejorar su capacidad instalada y satisfacer con mayor producción la demanda interna, así como para iniciar la exportación de su producto a España. Este financiamiento es el principal requisito considerado en el Plan de Exportación planteado.

RECOMENDACIONES

Es necesario efectuar un seguimiento detallado del mercado español para determinar puntos de expansión para la comercialización de la mermelada de maracuyá con banano. En principio, sería importante dirigir el producto en los mercados donde exista comunidad ecuatoriana, para de este modo garantizar su consumo.

Se debe respetar la políticas que tanto el país de origen como el de destino han implantado para la exportación del producto. Es necesario que el exportador se informe regularmente sobre las novedades y actualizaciones de los procesos para evitar contratiempos en la exportación. Para ello, el exportador ecuatoriano puede acudir a Pro Ecuador o Corpei, pues estas entidades mantienen una política de apoyo a las empresas.

Es indispensable que La Huerta de Ina considere la aplicación del plan de exportación propuesto e inicie las gestiones para exportar su producto al mercado español. Esto no solo ayudará a llevar su producto fuera del país, sino que le permitirá abastecer a todas las provincias del Ecuador. Es recomendable aprovechar las ventajas competitivas que rigen actualmente, además del hecho que hay una tendencia cada vez mayor en el mercado español de consumir frutas y derivados de frutas tropicales, y de que los productos ecuatorianos tienen una buena aceptación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, R. (2021). *Nuevo gobierno, mismos retos*. Bananotas.
- Aduanas del Ecuador. (2021). *Pasos previos a la importación*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Aduanas Ecuador. (2021). *Proceso de Exportación*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Agencia EFE. (2021, abril 11). Ecuatorianos residentes en España votan en elecciones de segunda vuelta. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/votaciones-ecuatorianos-residentes-espana-elecciones.html>
- Asamblea Nacional. (2008, 10 20). *Constitución de la República del Ecuador*. Retrieved from <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Asamblea Nacional. (2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI, Ley 0, RO-S 351 de diciembre 2010*. Quito: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional. (2018). *Reglamento de Inversiones del COPCI, Decreto Ejecutivo 757, RO-S 757 de mayo 2011*. Quito: Registro Oficial.
- Ávila, E. (2017). *Exportación de mermelada de mango endulzado con Stevia al mercado de Florida, Estados Unidos*. Tesis de grado. Univesidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5468/avila_rea.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Bancomext. (2021, octubre 15). *Plan de exportación*. Obtenido de <https://www.bancomext.com/glosario>
- BCE. (2019). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario*. Quito: BCE. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201904.pdf>
- BCE. (2021, abril 10). *Información Estadística Mensual*. Obtenido de www.bce.fin.ec

- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación. Cuarta edición*. Bogotá: Prentice Hall - Pearson.
- Bonilla, L. (2016). *Plan financiero para la elaboración de mermelada de Maracuyá. Carrera de Ingeniería en Finanzas y Auditoría. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Matriz Sangolquí*. Tesis de Grado. ESPE, Quito.
- Bravo, C. (2020). *La exportación de banano y su incidencia en la economía del cantón Machala*. Tesis de grado. UNESUM, Jipijapa, Ecuador. Obtenido de http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2372/1/TESIS%20FINAL_PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION%20CLARITA.pdf
- CCI. (2020, septiembre). *Incoterm 2020*. Obtenido de <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-2020/>
- CCI. (2021, septiembre). *Incoterms*. Obtenido de <https://www.dsv.com/es-es/ayuda/faq/tipos-de-incoterms-2020>
- Chávez, C. (2018). *Desarrollo de mermelada de pulpa y cáscara de maracuyá (Passiflora edulis flavicarpa), endulzada con stevia (Stevia rebaudiana)*. Tesis de grado. UCSG, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10199/1/T-UCSG-PRE-TEC-CIA-34.pdf>
- Comité de Comercio Exterior. (2012). *Resolucion No. 59. Arancel Nacional de Importaciones*. Quito: COMEX.
- Control Sanitario. (2021, octubre). *Arcsa facilita aún más la obtención de los registros sanitarios para alimentos procesados*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Crespo, I. (2014). *Estudio de factibilidad para la elaboración de mermelada en base al rechazo de la producción de banano de la hacienda agrícola Don Segundo*. Tesis de Grado. UCSG, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2797/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-125.pdf>
- Dealdos. (2021, octubre 20). *Características del embalaje para exportación*. Obtenido de <https://dealdos.com/blog/embalaje-para-exportacion/>

- Domínguez, J. (2016). *Manual de Metodología de la Investigación Científica. Cuarta Edición*. Chimbote, Perú: ULADECH.
- EAE Business School. (2021, octubre 14). *Aspectos a considerar respecto los contenedores en la exportación*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/aspectos-a-considerar-respecto-los-contenedores-en-la-exportacion/>
- EcuRed. (2021, abril 15). *Importaciones*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Importaciones>
- Enríquez, I. (2017). El análisis marxista de la economía mundial y los estudios sobre el desarrollo. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 82(38), 199-232. doi:<http://dx.doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/822017/aot3/enriquezperezi>
- FAO. (2021, abril 17). *Glosario de Agricultura Orgánica*. Obtenido de <https://boletinagrario.com/ap-6,etiquetado,4847.html>
- FAO-PRODAR. (2014). *Manual Instructivo*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-au168s.pdf>
- Freire, A. (2019). *Plan de exportación de mermelada de carambola al mercado alemán para la empresa Sierra Negra A.C.P.* Tesis de grado. ULVR, Guayaquil, Ecuador.
- Gobierno del Ecuador. (2021). *Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación de productos vegetales*. Obtenido de <https://www.gob.ec/index.php/arcfz/tramites/emision-certificado-fitosanitario-exportacion-productos-vegetales>
- González, E. (2015). *Análisis de la evolución de las relaciones comerciales entre Ecuador y la República Popular China y su efecto en la Balanza comercial no petrolera, período 2007- 2014*. Tesis de grado. UCSG, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiEpZGgpZrwAhXuQ98KHaB6CmoQFjAEegQIFBAD&url=http%3A%2F%2Frepositorio.ucsg.edu.ec%2Fbitstream%2F3317%2F4385%2F1%2FT-UCSG-PRE-ECO-CECO-81.pdf&usg=AOvVaw3pXBliY0eyBquGpNE>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación, 6ta. Edición*. México: Mc Graw Hill.
- INEC. (2010). *Manual de Usuario CIIU-Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Quito, Ecuador: DINOR. Obtenido de

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/modulo_cpv/CIU4.0.pdf

INES. (2017). *Beneficios del acuerdo comercial entre Ecuador y la UE se socializaron en Babahoyo*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.gob.ec/beneficios-del-acuerdo-comercial-entre-ecuador-y-la-union-europea-se-socializaron-en-babahoyo/>

Jiménez, A. (2019). *Teorías del comercio internacional: relación comercial entre Ecuador y Colombia desde la perspectiva de la ventaja comparativa*. Tesis de grado. UTMACH, Machala, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13424/1/ECUACE-2019-AE-DE00435.pdf>

La Cámara. (2017). *Contenidos y logros alcanzados en el Acuerdo Comercial Ecuador-Unión Europea*. Guayaquil.

La Huerta de Ina. (2021, septiembre 15). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/notes/2735633416692233/>

Léxico. (2021, abril 15). *Spanish Dictionary*. Obtenido de Mermelada: <https://www.lexico.com/es/definicion/mermelada>

Lozano, A. (2021). *Análisis de las Estrategias de Marketing de Exportación para Mermeladas de Frutos no Tradicionales*. Tesis de grado. UCSG, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16071/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-243.pdf>

NALADISA. (2007). *Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas*. Obtenido de <http://www2.aladi.org/naladisa07/20.pdf>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa y Redacción de la Tesis, 5ta edición*. Bogotá, México D.F.: Ediciones de la U.

Ortiz, P. (2018). *La producción de maracuyá, su incidencia en el mercado internacional durante el período 2012 - 2016*. Tesis de grado. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28834/1/PAUL%20ENRIQUE%20ORTIZ%20DE%20LA%20CRUZ%20-%20UCET-FCE.pdf>

- Pérez, L., & Sánchez, S. (2017). *Estudio de factibilidad comercial para la exportación de mermeladas de frutas exóticas elaboradas por Pymes ecuatorianas a España a través de una tienda virtual*. Tesis de grado. UCSG, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7438/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-306.pdf>
- Pro Ecuador. (2021). *Guía del Exportador*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior.
- Quiroa, M. (2021, abril 18). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Redacción de El Universo. (2021, Ene 1). *Ecuador entra al quinto año del acuerdo comercial con la UE con crecimiento sostenido del 12 % en exportaciones*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/30/nota/9117265/cuatro-anos-acuerdo-union-europea-ecuador-resultados-beneficios/> Economía:
- Ríos, V. (2015). *Exportaciones*. México: México ¿Cómo Vamos? Obtenido de https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184
- Rodríguez, C., & Murcia, T. (2019). *Análisis de las exportaciones de mermeladas a base de frutas exóticas colombianas endulzadas con Stevia a Alemania*. Tesis de grado. Politécnico Granacolombiano, Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2982/TG%20-%20Grupo%2029.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Rodríguez, M. (2016). *Plan de negocios para la exportación y comercialización de mermelada de ají hacia el mercado de los EE.UU. de Norteamérica en el período 2016-2020*. Quito: Tesis de grado. UIDE.
- Secretaría de Economía México. (2021, abril 15). *Comercialización*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman.>
- Senplades. (2021). *Plan Nacional de Desarrollo 2020-2021*. Quito: Planificación. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec>

- SRI. (2021, septiembre 28). *Consulta de RUC*. Obtenido de <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>
- The Food Tech. (2021). *Se dispara consumo de frutas tropicales*. Obtenido de <https://thefoodtech.com/historico/se-dispara-consumo-de-frutas-tropicales/>
- Vidal, N. (2021). *Análisis de la participación del sector manufacturero en el Ecuador en la producción mundial: una perspectiva desde la productividad real de la Economía. (2005-2018)*. Tesis de grado. UCSG, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14486/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-300.pdf>
- Zarate, C., Carbajal, Y., & Contreras, V. (2019). *Metodología de la Investigación. Manual del Estudiante*. Lima, Perú: USMP.

Anexo #1

Certificado de Finca Agroecológica



CORPORACIÓN ECUATORIANA DE AGRICULTORES BIOLÓGICOS PROBIO

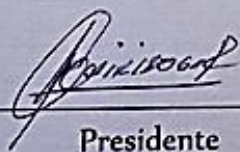
La Corporación Ecuatoriana de Agricultores Biológicos "PROBIO", legalmente constituida y reconocida por Acuerdo Ministerial Nro. 197 del 8 de junio de 1995 del Ministerio de Agricultura Y Ganadería de la República del Ecuador, en base a los datos proporcionados por el interesado, a la visita de la finca y a otros requisitos como análisis de suelos, aguas, insumos y productos, determina que el agricultor cuyo nombre aparece en este documento cumple con los métodos y normas de producción agroecológicos. Por lo cual se le extiende el presente:

CERTIFICADO DE FINCA AGROECOLÓGICA

Nombre del productor: Herwig Bellemans Jeakeline Quishpe
Nombre de la Finca: "La Huerta de Ina"
Ubicada en: Parroquia: Puerto Limón
Provincia: Santo Domingo Cantón: Santo Domingo de los C.
Código del productor: 14 - A - 02
Este certificado tiene validez desde el: Octubre 2015 hasta el: Octubre 2016

Este certificado sólo tiene validez para los productores provenientes de la finca y del productor arriba mencionado y por el tiempo señalado.
Quito, 08 de Octubre 2015

CORPORACIÓN ECUATORIANA DE
AGRICULTORES BIOLÓGICOS


Presidente




Secretario

Anexo #2
Encuesta a Importadores de Elaborados de Frutas
Murcia – España

La maracuyá es conocida como fruta de la pasión. Esta fruta tropical tiene un sabor ácido y dulce, y es rica en hidratos de carbono y agua.

Objetivo: Identificar el estado actual del mercado español para los productos procesados de frutas tropicales.

1. En la actualidad, las condiciones del mercado español para la venta de productos procesados de frutas son:

- | | | |
|---|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy favorables | <input type="checkbox"/> Favorables | <input type="checkbox"/> Neutrales |
| <input type="checkbox"/> Desfavorables | <input type="checkbox"/> Muy desfavorables | |

2. El grado de preferencia del consumidor de mermeladas de frutas tropicales en Murcia, España es:

- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy alto | <input type="checkbox"/> Alto | <input type="checkbox"/> Medio |
| <input type="checkbox"/> Bajo | <input type="checkbox"/> Muy bajo | |

3. La mermelada que se comercializa en el mercado local proviene principalmente de:

- | | | |
|--|--|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Europa | <input type="checkbox"/> África | <input type="checkbox"/> Asia |
| <input type="checkbox"/> América del Norte | <input type="checkbox"/> América del Sur | |

4. El rango de importación de mermelada de frutas que importa su empresa al año es:

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1 – 5 tons. | <input type="checkbox"/> 6 – 10 tons. | <input type="checkbox"/> 11 – 15 tons. |
| <input type="checkbox"/> 16 – 20 tons. | <input type="checkbox"/> Más de 20 tons. | |

5. Su percepción respecto al proceso de importación de bienes de consumo desde Ecuador es:

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Muy bueno | <input type="checkbox"/> Bueno |
| <input type="checkbox"/> Mala | <input type="checkbox"/> Muy mala | |

6. La mermelada ecuatoriana de frutas tropicales es un producto conocido en España.

Muy de acuerdo
 En desacuerdo

De acuerdo
 Muy en desacuerdo

Indeciso

7. Los clientes que compran los productos que su empresa comercializa son generalmente:

Consumidores

Mayoristas

Minoristas

8. Conoce de la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de La Huerta de Ina:

Mucho
 Poco

Suficiente
 Nada

Algo

9. Las probabilidades que su empresa importe mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de frutas tropicales desde Ecuador son:

Muy altas
 Bajas

Altas
 Muy bajas

Media

10. La competencia que enfrentaría la mermelada gourmet agro-ecológica artesanal de frutas tropicales ecuatoriana con otros productos similares en el mercado español es:

Muy alta
 Baja

Alta
 Muy baja

Moderada

Anexo #3

Encuesta a Exportadores Ecuatorianos de Elaborados de Frutas

Objetivo: Detallar las condiciones de la exportación de productos procesados de frutas al mercado español.

1. El tiempo que la empresa tiene exportando elaborados de frutas a España.

<input type="checkbox"/> Más de 5 años	<input type="checkbox"/> 4 a 5 años	<input type="checkbox"/> 2 a 3 años
<input type="checkbox"/> 1 año	<input type="checkbox"/> Menos de 1 año	

2. Producto elaborado de frutas que su empresa exporta al mercado europeo

<input type="checkbox"/> Jaleas	<input type="checkbox"/> Mermelada	<input type="checkbox"/> Puré de frutas
<input type="checkbox"/> Pastas de frutas	<input type="checkbox"/> Confituras	

3. Nivel de aceptación de la mermelada de frutas tropicales en mercado español.

<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Moderado
<input type="checkbox"/> Bajo	<input type="checkbox"/> Muy bajo	

4. Condiciones actuales del mercado español para la mermelada de frutas tropicales.

<input type="checkbox"/> Muy favorables	<input type="checkbox"/> Favorables	<input type="checkbox"/> Neutrales
<input type="checkbox"/> Desfavorables	<input type="checkbox"/> Muy desfavorables	

5. Motivo por el que escogió el mercado español para exportar su producto.

<input type="checkbox"/> Facilidad de idioma	<input type="checkbox"/> Comunidad ecuatoriana	<input type="checkbox"/> Facilidades
<input type="checkbox"/> Mercado accesible	<input type="checkbox"/> Costos bajos	

6. Incoterms utilizado para la exportación de su producto a España

<input type="checkbox"/> CFR	<input type="checkbox"/> FOB	<input type="checkbox"/> CIF
<input type="checkbox"/> FCA	<input type="checkbox"/> Otro	

7. Frecuencia con que se han presentado dificultades en la exportación de su producto a España.

<input type="checkbox"/> Muy frecuentemente	<input type="checkbox"/> Frecuentemente	<input type="checkbox"/> Ocasionalmente
---	---	---

Rara vez

Nunca

—

8. Factor que considera más relevante para el éxito de la exportación a España

Informarse sobre
trámites locales

Presentación del producto

Informarse sobre
exigencias
españolas

Cumplir con tiempo de
entrega pactado

Costos

9. Limitante más relevante para la negociación con importadores españoles.

Falta de contactos en
mercado español

Falta de información sobre
trámites locales

Falta de
conocimiento
mercado español

Falta de plan de
exportación

Falta de capacidad de
producción.

10. Factor que en su opinión es el más relevante en un plan de exportación.

Objetivos claros

Identificación de
oportunidades

Análisis del
producto

Análisis de barreras
arancelarias

Financiamiento

Anexo #4
Entrevista a Representante de La Huerta de Ina
Jeakeline Quishpe Toapanta

Objetivo: Especificar información respecto al entorno interno y externo de la empresa y sus posibilidades de exportación al mercado español.

1. ¿Cuántas hectáreas se destinan a la producción de maracuyá y banano en la finca de la empresa?

Nuestra finca tiene un total de 7 hectáreas. En ella producimos una gran variedad de frutas. Para la maracuyá hemos destinado 500 metros cuadrados y para el banano 1.000 metros cuadrados aproximadamente, porque se requiere mayor producción ya que lo combinamos con otras frutas para elaborar un producto diferente. Nuestra finca maneja aproximadamente 80 cultivos diferentes en espacios pequeños.

2. ¿Cuál es la capacidad de la empresa para producir mermelada de frutas?

Producimos alrededor de 5 kg de mermelada por sabor. Tenemos 16 diferentes sabores de mermeladas, lo que hace un total de 80 kg. Sin embargo, la capacidad puede hasta triplicarse en caso de que se necesite exportar.

3. ¿Qué presentaciones ofrece la mermelada de maracuyá con banano?

Esta mermelada la ofrecemos en envase de vidrio de 250 gramos. Es elaborada con 100% de fruta natural, sin químicos ni conservantes.

4. ¿Cómo describiría las condiciones actuales del mercado interno para mermelada que produce la empresa?

La aceptación ha sido buena en las ciudades donde actualmente se comercializa las mermeladas, pero no hemos podido comercializarlas a nivel nacional aún. Pero las personas la prefieren por las combinaciones que ofrecemos y también por ser tipo gourmet y ecológica. Eso nos hace pensar que puede ser aceptada en otras provincias.

5. ¿Cuál es el nivel de exportación de las mermeladas que produce la empresa?

Aunque nuestra mermelada tiene un gran valor agregado por ser ecológica y tipo gourmet, por el momento no la exportamos. Solo se comercializa en el mercado interno, aunque tenemos gran interés en llevarla a otros mercados.

6. ¿Por qué no se ha exportado antes las mermelada de La Huerta de Ina?

No hemos exportado por falta de conocimiento de lo que hay que hacer y lo que se necesita para exportar. Tampoco conocemos cómo funcionan los mercados de otros países. Tenemos la idea de que en un país donde hay ecuatorianos nuestra mermelada puede ser acogida. Quizás nos falta asesoría. Necesitamos además financiamiento para mejorar la infraestructura que existe y aumentar la producción.

7. ¿Cuál es el mercado al que le interesaría llevar su producto?

En principio pienso que Europa. Nos gustaría empezar por España.

8. ¿Cuánta aceptación percibe usted que la mermelada de frutas tropicales tendría en España?

Pienso que podría tener alta aceptación, principalmente porque existe una gran cantidad de migrantes ecuatorianos que podrían adquirir nuestro producto.

9. ¿Qué tan factible es para usted que el mercado español acepte la mermelada de maracuyá con trozos de banano?

Creo que la aceptación sería buena para este tipo de fruta. La maracuyá es una fruta muy apetecida en ese mercado porque es tropical, tiene un sabor muy agradable y un valor energético alto. El banano ecuatoriano, por otra parte, es muy solicitado en Europa y eso hace que la combinación haga un producto mejorado.

10. ¿Qué condiciones requeriría la empresa para exportar la mermelada de maracuyá con banano al mercado español?

Primero el financiamiento necesario. Si se puede obtener sin mayores trabas podríamos hablar de una exportación a en un plazo corto. Pero pienso que por las condiciones que vive el país desde el año 2020 en que inició la pandemia, es posible que demore un poco. Luego, se necesita asesoría, información de dónde empezar y qué hacer.

Anexo #5

Entrevista a Representante de Pro Ecuador

Roberto Intriago Dávila

Objetivo: Describir las gestiones de Pro Ecuador para promover las exportaciones de frutas procesadas a España.

1. ¿Cuáles son los mercados europeos más favorables para las exportaciones no petroleras ecuatorianas?

El departamento de inteligencia comercial de Pro Ecuador ha identificado entre los mercados más destacados a Suiza, España, Bélgica, Portugal, y otros a los que vemos con gran potencial.

2. ¿Qué acuerdos comerciales que favorezca las exportaciones de procesados de frutas existen entre Ecuador y España?

El más destacado es el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, que vino a reemplazar el sistema de preferencias que ya expiró. Lo importante es que su cronograma de desgravación llevará a los aranceles de los productos incluidos al 0%. Entre los productos incluidos están los vegetales y frutas procesadas.

3. ¿Cuáles son las ventajas que existen para los exportadores ecuatorianos que ingresan al mercado español?

Las exportaciones ecuatorianas se benefician de las mejores condiciones para negociar gracias a los acuerdos suscritos. Entre los beneficios están no solo menores aranceles que hacen los productos ecuatorianos más competitivos, sino menor tramitología, menos trabas, mejor clima para negociar, y un marco jurídico más confiable y a largo plazo.

4. ¿Qué estrategias ofrece Pro Ecuador para promover y favorecer las exportaciones al mercado español?

Hemos implantado la estrategia de oficinas comerciales en aproximadamente 30 países alrededor del mundo, incluyendo España. El objetivo es incrementar la promoción de las exportaciones ecuatorianas y captar inversiones. Para esto, denominamos a las oficinas antenas, porque en cada una hay una persona experta en el tema, el producto, el entorno.

5. ¿Qué efectos ha tenido la pandemia por COVID-19 en las exportaciones de procesados de frutas a España?

Los efectos han sido mínimos. Ecuador se mantiene como líder exportador de frutas a pesar de la pandemia porque se mantuvieron líneas comerciales abiertas a través de conversaciones virtuales entre los mercados.

6. ¿Cuál es la situación actual de las exportaciones no petroleras ecuatorianas a España?

España es un mercado muy importante para el Ecuador. Nuestras exportaciones no petroleras a ese país crecieron 25% a enero-agosto 2021 comparado con el mismo periodo del 2020, y la previsión es que siga creciendo porque España es actualmente el segundo país inversionista más importante en Ecuador.

7. ¿Qué previsiones existen para las exportaciones ecuatorianas de frutas procesadas a España?

Existen conversaciones para incrementar la exportación de frutas y frutas procesadas a España en el año 2022. Estas conversaciones se iniciaron en octubre 2021 durante la feria Fruit Attraction 2021 que se llevó a cabo en Madrid, y donde Ecuador participó con 45 empresas exportadoras que buscaban clientes potenciales y nuevos negocios. El país fortaleció la imagen de sus productos.