

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
CARRERA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

---

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA MULTILINGÜE EN NEGOCIOS Y  
RELACIONES INTERNACIONALES**

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE PAPAYA  
AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2020-2025**

**MARIA JOSÉ GRANDA VILLAGOMEZ**

**MAYO - 2021  
QUITO -ECUADOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por el esfuerzo e incentivo que me brindaron durante mi carrera y el optimismo que me aportaron, a los diferentes docentes por transmitir su conocimiento con paciencia y dinamismo, a mi tutor de tesis Jorge Mora por haberme guiado con su conocimiento durante el desarrollo de la tesis y a Alfredo Altamirano por siempre preocuparse por cada uno de sus estudiantes y por ser un apoyo incondicional para culminar este trabajo.

## ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA .....	1
AGRADECIMIENTO .....	2
ÍNDICE DE TABLAS .....	5
ÍNDICE DE FIGURAS .....	6
ÍNDICE DE ANEXOS.....	7
I. TEMA.....	8
II. RESUMEN .....	8
III. ABSTRACT.....	9
IV. RÉSUMÉ .....	10
V. INTRODUCCIÓN .....	11
CAPITULO I.....	15
PROPIEDADES DE LA PAPAYA Y POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL .....	15
1.1. PRODUCTO.....	15
1.1.1. Origen y características .....	15
1.2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ECUADOR.....	18
1.2.1. Producción .....	18
1.2.2. Comercialización .....	20
1.2.3. Exportación de papaya .....	22
1.3. POTENCIAL DE PRODUCCIÓN PARA OFERTA EXPORTABLE .....	23
1.3.1. Análisis PEST del cultivo y comercialización de papaya .....	24
CAPITULO II.....	29
LA OFERTA Y DEMANDA DE PAPAYA EN EL MERCADO CANADIENSE .....	29
2.1. ANTECEDENTES: PANORAMA MUNDIAL DEL MERCADO INTERNACIONAL DE PAPAYA .....	29
2.2. DEMANDA EN EL MERCADO CANADIENSE .....	33
2.2.1. Perfil canadiense .....	33
2.2.2. Perfil del consumidor de papaya canadiense .....	36
2.2.3. Requisitos del comprador de papaya.....	39
2.3. OFERTA DE PAPAYA EN EL MERCADO CANADIENSE .....	41
2.3.1. Análisis de competitividad .....	41
CAPITULO III .....	46
ASPECTOS TÉCNICOS, LOGÍSTICOS Y FINANCIEROS PARA LA EXPORTACIÓN DE PAPAYA AL MERCADO CANADIENSE.....	46
3.1. ANTECEDENTES: RELACIÓN COMERCIAL ECUADOR-CANADÁ .....	46
3.2. LOGÍSTICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL .....	50
3.2.1. Política arancelaria canadiense .....	50
3.2.2. Requisitos de ingreso y salida.....	50
3.2.3. Consideraciones legales para la creación de la empresa .....	54
3.2.4. Procedimiento logístico del transporte y embarque .....	55
3.3. PERFIL DEL PROYECTO.....	56

3.3.1.	Antecedentes del proyecto.....	57
3.3.2.	Estudios anteriores .....	58
3.3.3.	Aspectos técnicos.....	59
3.3.4.	Análisis de inversión .....	62
3.3.5.	Financiamiento.....	66
3.4.	INDICADORES FINANCIEROS.....	66
3.4.1.	Estado de resultados .....	66
3.4.2.	Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno .....	67
VI.	ANALISIS .....	70
VII.	CONCLUSIONES.....	72
VIII.	RECOMENDACIONES.....	74
	LISTA DE REFERENCIAS.....	76
	ANEXOS.....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Descripción botánica de la papaya .....	16
Tabla 2: Nutrientes en 100 g. papaya.....	18
Tabla 3: Concentración de cultivo de papaya.....	19
Tabla 4: Exportación de papaya en TM y miles de usd .....	22
Tabla 5: Países importadores de papaya ecuatoriana.....	23
Tabla 6: Producción mundial de papaya .....	30
Tabla 7: Mayores exportadores de papaya en el mundo .....	30
Tabla 8: Mayores importadores de papaya en el mundo.....	32
Tabla 9: Perfil del potencial consumidor de papaya en Canadá.....	39
Tabla 10: Mayores exportadores de papaya a Canadá.....	41
Tabla 11: Características generales de la papaya mexicana.....	42
Tabla 12: Flujo del IED de Canadá en Ecuador .....	48
Tabla 13: Balanza comercial de productos no petroleros Ecuador-Canadá.....	49
Tabla 14: Activos Fijos de la empresa .....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 15: Gastos .....	64
Tabla 16: Gastos de transporte .....	64
Tabla 17: Materia Prima.....	65
Tabla 18: Costo de producción por caja.....	65
Tabla 19: Inversión inicial.....	65
Tabla 20: P&G.....	Error! Bookmark not defined.

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Escala de maduración de papaya .....	40
--	----

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: entrevista personal a Francisco Parra, realizada el 9 de septiembre del 2020 en el triunfo (Guayas, Ecuador). .....	83
--	----

## I. TEMA

### ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PAPAYA AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2020-2025

## II. RESUMEN

La creación de una cultura saludable en las sociedades se ha convertido en un objetivo de los Ministerios de Salud y Nutrición a nivel mundial. Incentivar el consumismo de frutas y vegetales no solo beneficia el presupuesto sanitario de los gobiernos que previene enfermedades, que representan a mediano y largo plazo, mayor gasto per cápita, sino que dinamiza el comercio exterior en cuanto a estos insumos. En específico, la demanda de frutas tropicales como mango, papaya, maracuyá y piña tiene un crecimiento anual aproximado de 3,5%; en cuanto a la papaya, la popularización de su uso medicinal y valor nutritivo, el crecimiento de demanda corresponde al 2% anual. Las condiciones climáticas y geográficas de América Latina la convierten en una de las mayores regiones productoras y exportadoras de frutas y vegetales, en Sudamérica, el suelo de las zonas costeras de Ecuador, Colombia y Brasil son los más prósperos para la industria agraria como efecto a la humedad y posición en la línea ecuatorial. En Colombia y Perú, la tasa de crecimiento de exportación de frutas desde el 2015 son del 29 y 25 por ciento, en Ecuador la tasa de exportación en el mismo campo es del 10%. Entonces, después de analizar las estrategias de comercio que se aplican en los países vecinos, la misma que actúa bajo los conceptos de una Economía Solidaria donde se agrupan a pequeños y medianos productores para apoyar la cosecha, tecnificación y promueve un intercambio comercial entre productores, terciarios y compradores dinámico; la razón por la que la producción de papaya en Ecuador avanza a paso lento es la falta de apoyo a los productores. En consecuencia, se puede decir que la falta de aplicación de una Economía Solidaria de empresa reduce la competitividad y oportunidad de mercado en el comercio exterior; en este trabajo se expone una idea de negocio que consiste en la creación de una empresa exportadora de papaya que actúa como intermediaria con los pequeños y medianos productores y el consumidor final, en este caso la población canadiense.

### III. ABSTRACT

The creation of a healthy culture in societies has become one of the most important projects of the Ministries of Health and Nutrition worldwide. Encouraging the consumption of fruits and vegetables not only benefits the governments' health budget, which prevents diseases, which in the medium and long term represent higher per capita spending, but also boosts foreign trade in terms of these inputs. Specifically, the demand for tropical fruits such as mango, papaya, passion fruit and pineapple has an approximate annual growth of 3.5%; Regarding papaya, the popularization of its medicinal use and nutritional value, the growth in demand corresponds to 2% per year. The climatic and geographical conditions of Latin America make it one of the largest producing and exporting regions of fruits and vegetables, in South America, the soil of the coastal areas of Ecuador, Colombia and Brazil are the most prosperous for the agricultural industry thanks to the humidity and position in the equatorial line. In Colombia and Peru, the fruit export growth rate since 2015 is 29 and 25 percent, in Ecuador the export rate in the same field is 10%. Then, after analyzing the trade strategies that are applied in neighboring countries, the same one that operates under the concepts of a Solidarity Economy where small and medium producers are grouped to support the harvest, technification and promote a commercial exchange between producers, tertiary and dynamic buyers; The reason why papaya production in Ecuador is progressing at a slow pace is the lack of support for producers. Consequently, it can be said that the lack of application of a company Solidarity Economy reduces competitiveness and market opportunity in foreign trade, This work presents a business idea that consists of the creation of a papaya export company that acts as an intermediary with small and medium producers and the final consumer, in this case the Canadian population.

#### IV. RÉSUMÉ

La création d'une culture saine dans les sociétés est devenue l'un des projets les plus importants des ministères de la Santé et de la Nutrition dans le monde. Encourager la consommation de fruits et légumes profite non seulement au budget de la santé des gouvernements, ce qui prévient les maladies, qui à moyen et long terme représentent des dépenses par habitant plus élevées, mais stimule également le commerce extérieur en termes de ces intrants. Plus précisément, la demande de fruits tropicaux comme la mangue, la papaye, le fruit de la passion et l'ananas a une croissance annuelle d'environ 3,5%; Concernant la papaye, la vulgarisation de son usage médicinal et de sa valeur nutritionnelle, la croissance de la demande correspond à 2% par an. Les conditions climatiques et géographiques de l'Amérique latine en font l'une des plus grandes régions productrices et exportatrices de fruits et légumes, en Amérique du Sud, les sols des zones côtières de l'Équateur, de la Colombie et du Brésil sont les plus prospères pour l'industrie agricole grâce à l'humidité et position dans la ligne équatoriale. En Colombie et au Pérou, le taux de croissance des exportations de fruits depuis 2015 est de 29 et 25 pour cent, en Équateur le taux d'exportation dans le même domaine est de 10%. Puis, après avoir analysé les stratégies commerciales qui sont appliquées dans les pays voisins, celle-là même qui fonctionne sous les concepts d'une économie solidaire où les petits et moyens producteurs sont regroupés pour soutenir la récolte, la technification et favoriser un échange commercial entre producteurs, acheteurs tertiaires et dynamiques ; La raison pour laquelle la production de papaye en Équateur progresse à un rythme lent est le manque de soutien aux producteurs. Par conséquent, on peut dire que le manque d'application d'une entreprise d'économie solidaire réduit la compétitivité et les opportunités de marché dans le commerce extérieur. Cet ouvrage présente une idée d'entreprise qui consiste en la création d'une entreprise d'exportation de papaye qui agit comme intermédiaire auprès des petits et moyens producteurs et du consommateur final, en l'occurrence la population canadienne.

## V. INTRODUCCIÓN

Desde el siglo XXI, la globalización económica aceleró el comercio internacional, contribuye al avance económico, político y social de los países en desarrollo, sectores en los cuales la agricultura tiene ventaja comparativa. La integración a la economía mundial de estos países consume mano de obra y genera empleo, es una herramienta para combatir la pobreza y acelerar el crecimiento, estas reflexiones apuntan la necesidad de liberar las barreras arancelarias para introducir los productos ecuatorianos a otros mercados y potencializar la industria a fin de ganar espacio en el mercado internacional y aprovechar la demanda creciente anual en cuanto a frutas tropicales. El intercambio de bienes y servicios entre países satisface las necesidades de todos los actores, por lo tanto, la necesidad de importar frutas que no son producidas a nivel local en países que no tienen las condiciones productivas de la industria es satisfecha por los países con esa ventaja. Canadá, Japón, China y la Unión Europea son los principales importadores de frutas tropicales, convirtiéndolos en mercados de interés.

El aumento de los súper alimentos y las tendencias globales sugiere que los canadienses adoptan un nuevo enfoque hacia la salud, según un nuevo estudio de investigación del Ministerio de Salud, el 84% de los consumidores canadienses creen que el consumo diario de frutas es adecuado para prevenir enfermedades físicas y psicológicas, además, las campañas de nutrición tienen una aceptación del 85% en la población, por lo tanto, Canadá es un mercado con 39 millones de potenciales consumidores de frutas. A esto, se suma el factor de ventaja comparativa, el invierno mantiene congelado el suelo por más de 5 meses, lo cual deja que la producción agrícola sea limitada, satisface el 15% de demanda.

La papaya es la tercera fruta tropical más consumida a nivel mundial como efecto a su valor nutricional y a los diversos usos que se le atribuye en el campo culinario como ingrediente exclusivo en platos de alta cocina, farmacéutico como componente de medicina digestiva y estético, al funcionar como exfoliante y activo hidratante en la piel; es así como, la popularización de su consumo en países industrializados incentiva al cultivo y exportación, la misma que se concentra en un 99% en países en vías de desarrollo, en específico en zonas tropicales y subtropicales de América Latina y Asia.

El clima tropical y la ubicación geográfica de la costa ecuatoriana, en especial de las provincias de Manabí, Guayas, Los Ríos y Santo Domingo favorecen el crecimiento de cultivo como efecto a las condiciones óptimas en cuanto al suelo, iluminación y humedad, factores que maximizan la productividad local, la misma que puede alcanzar niveles de cultivo de hasta 10 toneladas métricas por hectárea, lo que incluye el desecho común del 10% de fruta por factores naturales e inevitables como cambio de clima, inundaciones y enfermedades comunes en este tipo de cultivo.

A partir de los factores de oportunidad de cultivo de papaya e incremento de la demanda a nivel mundial nace la idea de la creación de una empresa exportadora de papaya, la cual actúa como intermediario con pequeños y medianos productores y se encarga del empaque y exportación de la fruta. Este análisis es un estudio de pre factibilidad donde se utilizan conocimientos propios del autor para cuantificar la viabilidad financiera e investigación bibliográfica que sirve como fundamento para analizar el contenido, junto con la investigación de campo.

Los datos que serán considerados para el desarrollo del trabajo de investigación, en específico para el análisis de mercado están enmarcados en el periodo 2010-2020, de esta forma, se busca precisar las proyecciones al tomar en cuenta la curva de consumo para analizar las variantes en un tiempo prolongado, en lo que concierne a las fuentes para determinar el valor financiero del trabajo, se utilizará información económica publicada en el período 2015-2020, a fin de contar con cifras recientes en este campo; esta recopilación de información permitirá hacer un estudio de pre factibilidad con un horizonte de 5 años.

La empresa exportadora propuesta se encuentra en el cantón Milagro, Guayas y los potenciales productores que provean la papaya deben tener sus cultivos a los alrededores de la planta, en el cantón Milagro, Naranjito y Cumandá.

Las teorías que mejor se apegan para justificar el contenido de este proyecto son el liberalismo económico propuesto por Adam Smith en 1776 y la Teoría de Responsabilidad Social Empresarial. La primera teoría sustenta el desarrollo de la productividad como base de crecimiento de los indicadores sociales y económicos, habla de la economía de mercado, la cual tiene como actores los productores independientes o

asociados, se trata de un sistema basado en la propiedad privada, donde las decisiones comerciales se hacen según las necesidades y estrategias de la empresa, produciéndose como fenómeno la *mano invisible*. La segunda teoría nace con el fin de la Guerra Fría como una alternativa para solucionar las necesidades de la comunidad, propone una nueva forma de producción que garantiza el bienestar social y económico de los productores, se trata de una dimensión que se ajusta a cualquier punto de vista conceptual. Se busca, un equilibrio entre el libre comercio y el bien social y económico de los productores, proveedores y terciarios; por lo tanto, se acomoda en sistemas productivos liberales.

Con el fin de comprobar la hipótesis de trabajo de que el volumen de cultivo y cosecha de papaya en Ecuador permitiría la creación de una empresa con capacidad de oferta exportable al mercado canadiense donde se percibirían ganancias en el periodo 2020-2025, se determinó siguiente objetivo general: determinar la pre factibilidad de la exportación de papaya a Canadá en el periodo 2020-2025 y tres objetivos específicos que obedecen a cada capítulo: analizar las propiedades de la papaya y cuantificar la oferta potencial de papaya que posee Ecuador; analizar la oferta y demanda de papaya en el mercado internacional canadiense y determinar los aspectos técnicos y logísticos para la exportación de papaya al mercado canadiense.

Como se mencionó, este estudio se divide en tres capítulos, el primero se encarga del análisis de producto y de la capacidad de oferta exportable que hay en el país a través de la investigación sobre el origen, valor nutritivo y usos de la papaya, acompañado de un análisis PEST de esta actividad. El segundo capítulo busca analizar las características del mercado de papaya, con un estudio de la producción, importación y exportación mundial de papaya, junto con los indicadores que describen la demanda canadiense. Finalmente, el tercer capítulo hace referencia a un estudio de los aspectos técnicos, logísticos y financieros del proyecto, donde se describe como se planea llevar a cabo y se cuantifica la viabilidad a través de indicadores financieros.

Durante el desarrollo de este análisis se utilizan una metodología descriptiva para determinar las características de un fenómeno con el fin de estudiar su comportamiento y establecer principios y conceptos verificables; asimismo, se utiliza metodología cuantitativa que busca analizar el comportamiento general y particular de la demanda, al aplicar los conceptos teóricos como instrumento de análisis. Su investigación utiliza

estadísticas, leyes e indicadores de medición para determinar patrones que ayuden a predecir de manera confiable la conducta del mercado, por último, el método inductivo busca comprobar la hipótesis a través de hechos observados y experimentados, este utiliza como herramienta la recolección y categorización de datos particulares de un determinado sector. Por lo tanto, se usará este método para comparar la oferta y demanda, para determinar el volumen de cada una.

## CAPITULO I

### PROPIEDADES DE LA PAPAYA Y POTENCIAL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

En este capítulo se analizará el consumo de la papaya en base a las propiedades y nutrientes que aportan en la dieta de consumidores y los diferentes usos que se le atribuye tales como medicinal, gastronómico e industrial. Asimismo, se entenderá la capacidad de producción en Ecuador desde un enfoque de Ventaja Comparativa a fin de determinar si el país cuenta con las condiciones para exportar el producto, para esto se utilizará como herramienta el análisis PEST, donde se analizan las condiciones generales políticas, económicas, sociales y tecnológicas del entorno, las cuales permiten crear un escenario a corto y mediano plazo donde se visibiliza las oportunidades y debilidades de proyecto.

#### 1.1. Producto

##### 1.1.1. Origen y características

La papaya o carica (fruta de los pájaros en arahuaco) es una fruta tropical originaria del territorio del este de México, lo que comprende Honduras, Guatemala, Nicaragua y Costa Rica. En 1526, con la llegada de los colonos y el intercambio de productos entre los españoles y pobladores, esta fruta se expandió por las regiones cálidas de los Andes, popularizándose en Colombia, Brasil, Venezuela y Ecuador. En 1535 fue introducida a Europa y a fines del siglo XVII era comercializada en las regiones tropicales del continente. Además, en 1542 se diseminó en África y Australia, ya para finales del siglo XVIII era cultivada en las zonas tropicales y subtropicales de todo el mundo.

En 1532, los colonizadores europeos encontraron dos especies nuevas de papaya en África, a diferencia de la papaya americana, esta varía en el sabor y textura, es más pequeña, tiene un color verdoso al interior y el sabor es menos dulce y atractivo para los consumidores, por esto, los colonos no llevaron esta especie a Europa, sin embargo, es producida y comercializada a nivel local sin espacio en las exportaciones.

En Europa, Canadá y Estados Unidos se cultivaban en invernaderos durante todo el año hasta finales del siglo XVII, hasta que llegaron las importaciones desde América, África y Asia. Esto, reafirma el concepto de Ricardo (1917) que, liberar las barreras arancelarias para introducir productos de otros mercados especializados en áreas agrícolas

permite el crecimiento económico de ambas partes, por lo tanto, producir en invernaderos ambientados durante todo el año es más costoso que importar la fruta desde países con clima tropical con capacidad de oferta constante, este factor favorece la economía de los países agrícolas.

## Morfología

La papaya es una fruta endémica de la región, utilizada en la gastronomía y procesos culinarios de los ancestros, por lo que ha adquirido varios nombres a lo largo de la historia como carica, taina, fruta bomba, lechosa, mamón, entre otros. Desde 1899 se altera la genética de la planta hasta crear otras especies con mejores características para el consumidor (Jimenez, 2002), a continuación, se muestra la descripción botánica científica de esta fruta.

Tabla 1  
Descripción botánica de la papaya

Reino	Vegetal
Clase	Magnoliophyta
Especie	Carica papaya
Géneros	Parietales
Número de Especies	30
Especies distribuidas a nivel mundial	21

Fuente: Jiménez, 2002  
Elaborado por: María José Granda

El arbusto de la papaya está compuesto por las hojas, flores, tallo y lóbulos (fruta), el tallo mide entre 25-100 cm de alto y de 15-40 cm de grosor, cada arbusto carga entre 7 a 11 lóbulos de 10-25 cm de largo y 7-15 cm de diámetro y pesan entre 300-850 g. Los arbustos crecen de forma vertical, son resistentes a temperaturas tropicales húmedas y ventosas, además, las flores protegen a la planta de enfermedades, actúa como pesticida natural de la fruta. El principal componente del lóbulo es el agua, que alcanza en promedio el 90% de su peso, las concentraciones de agua y minerales depende del tipo de planta, el cual es determinado por el sexo de esta (Gil y Miranda, 2005).

En general, las plantas producen 3 tipos de flores: el arbusto masculino que produce un fruto ovalado similar al melón; las hermafroditas con lóbulos en forma de

pera menos alargados y pesados (concentran menos cantidad de agua), en este tipo, en ocasiones, el clima cálido produce la supresión de la flor hembra, esta es la razón por la que este género es el menos productivo. Por último, las hembras, son las menos propensas a enfermedades y el fruto es homogéneo durante la vida de producción de la planta, en las plantaciones para exportación, se cultivan plantas hembra y hermafroditas, las primeras dan frutos con mejor textura y sabor, las segundas tienen mejor forma, por lo que son las de mayor demanda en el comercio internacional (Gil y Miranda, 2005).

### **Valor nutritivo y uso**

La papaya es apreciada en el mercado internacional por la variedad de nutrientes que aporta, para Rodríguez et. al. (2014), la carga junto al mango, maracuyá y sandía es una de las frutas tropicales con más demanda en Europa y Asia por sus características medicinales y como parte de una dieta saludable, en los países occidentales es considerada un superalimento como efecto a sus propiedades.

La papaya es rica en potasio y magnesio, minerales encargados de la contracción muscular y transmisión de estímulos nerviosos, además, su alto contenido en Vitamina A permite el funcionamiento eficiente del hígado, salud de la piel y desarrollo de los niños y adolescentes, también, es fuente de Vitamina C que actúa como antioxidante y protector de las células y bacterias intestinales. Según la OMS (2012), la ingesta diaria de una porción de papaya (100 g) ayuda al metabolismo, acelera la digestión y evita la acumulación de grasa. Además de consumirse como fruta fresca, la papaya es usada de forma industrial, medicinal y culinaria, en cuanto a la industria, se comercializa deshidratada, en jugos o extractos, y harina. Los tallos y las hojas también tienen lugar en el mercado internacional, el extracto de tallo es utilizado como componente ablandador de carnes y componente de abonos orgánicos, la raíz es industrializada para infusiones, las hojas, son machacadas y constituyen el 40% de la harina de papaya, también son aditivos de otras mezclas procesadas. (Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas, 2010).

Tabla 2  
Nutrientes en 100 g. de papaya

Nutriente	Cantidad
Energía	43 kcal
Betacaroteno	276 mcg
Grasa	10.82 g
Azúcares	7.82 g
Calcio	20 mg
Magnesio	21 mg
Potasio	182 mg
Vitamina A	1094 UI
Vitamina C	60,9 mg

Fuente: Food Data Central  
Elaborado por: Elaborado por: María José Granda

En lo que concierne a su uso medicinal, es usada en la industria farmacéutica como en la medicina tradicional artesanal, las semillas contienen papaína y carpesemina, compuesto utilizado para la desparasitación del sistema digestivo, en Europa su uso en laboratorios fue aprobado en 1901 y desde entonces se utiliza para tratar enfermedades intestinales leves y como método de prevención, en Estados Unidos es utilizada desde 1870 como compuesto en las inyecciones analgésicas de la espina dorsal. Asimismo, las semillas y hojas de la papaya son utilizadas como medicina ancestral en las regiones del Caribe y América del Sur, en Hawai las hojas son machacadas para tratar heridas y como analgésico muscular, en América del Sur su uso se atribuye como antiparasitario e ingrediente en la cosmética natural (Pincay, 2004)

Los diversos usos que se le atribuyen a la papaya explican la importancia y crecimiento de consumo a nivel mundial y la convierten en un producto con alta demanda y oportunidad de oferta en el mercado internacional; además, los diferentes tipos de presentación (fresca, en conserva, deshidratada o como componente de otro producto) la atribuyen mayor importancia en el intercambio comercial.

## **1.2. Producción y comercialización en Ecuador**

### **1.2.1. Producción**

La producción de papaya en Ecuador se concentra en un 89% en las provincias costeras de Manabí, Guayas, Los Ríos y Santo Domingo, desde ahí, se distribuye la

cosecha a nivel local y nacional, el 11% de la producción se concentra en la Amazonía, en las provincias de Napo, Pastaza y Sucumbíos, donde se cultiva para el consumo local de los pobladores. Según el Censo Nacional Agropecuario del 2018, el cultivo de papaya concentra 3.982 hectáreas, con un incremento del 32% relacionado a la cifra del censo del 2011 (3.000 hectáreas). Esto significa que la especialización en la producción de producto determinado como la papaya incluye la tecnificación, mejora de procesos e incremento de la participación social en el área, puesto que cuando el Estado se concentra en aprovechar los recursos naturales, sociales y culturales a fin de generar un producto de necesidad internacional, la variable de crecimiento es sistemática (Hayek, 1973).

Tabla 3  
Concentración de cultivo de papaya

Provincia	Cantón	Porcentaje cultivado
Santo Domingo	La Concordia	30%
Guayas	Empalme	23%
	Milagro	
	Naranjito	
Los Ríos	Quevedo	18%
Manabí	El Carmen	14%
	Chone	
Santa Elena	-	10%
Sucumbíos, Pastaza, Napo		5%

Fuente: Censo Nacional Agropecuario (2018)  
Elaborado por: Elaborado por: María José Granda

Se cosechan tres tipos de papaya, Hawaiana, Tainung 1 y Maradol o nacional cada una con diferentes características y niveles de demanda, pero se les atribuye los mismos usos. La papaya hawaiana es la más apetecida a nivel nacional y en el extranjero, tiene forma alargada y es más jugosa y dulce. Manuel Dávalos productor de papaya en Milagro (Guayas) menciona que, “*en la zona (Guayas) los comerciantes buscan la papaya hawaiana por el valor en el mercado, es más costosa y los consumidores prefieren adquirir este tipo, sin embargo, el costo de producción es más elevado que la nacional porque la flor es más sensible a plagas*”. El tipo Tainung es más grande, puede pesar hasta 1 kg, tiene un aroma más fuerte y la pulpa adquiere un color rojizo, la papaya Maradol se asemeja a la hawaiana, tiene forma alargada, puede pesar entre 1,5 a 2 kg. (El Comercio, 2011)

La papaya se cosecha después de 10-12 meses a partir de la siembra, el cultivo puede ser a campo abierto o en invernaderos, en las provincias de Guayas (Milagro), Santo Domingo y Manabí es más común el tipo campo abierto por las favorables condiciones climáticas, en Santa Elena y la Amazonía los invernaderos ayudan a proteger a la planta de la época ventosa y las plagas; las zonas donde se produce a campo abierto llegan a tener una productividad de 12 TM por hectárea; por otro lado, la instalación de invernaderos es más costosa y tiene un 15% menos de capacidad de cultivo, lo que representa un aproximado de cosecha de 9 TM por hectárea, es así como, la comercialización de papaya es más frecuente en regiones que cuentan con las condiciones climáticas y demográficas que maximizan la productividad (Sanchez, 2015), entre ellas Manabí, Guayas, Los Ríos y Santo Domingo, donde la capacidad de cosecha de la fruta es de 35 TM por hectárea en el tipo Hawaiiana.

El fruto está listo para cosechar cuando alcanza un color verde claro, el tiempo de cosecha depende de las exigencias del mercado, Dávalos (2020) menciona que el producto que va a la Sierra debe tener un nivel 4 de maduración (ver figura 1), porque el trayecto desde las fincas hasta el punto de venta es más largo que la comercialización en la Costa, por lo tanto, tiene más tiempo para madurar hasta que llegue al consumidor. Para el consumo nacional, la postcosecha consta de: clasificación por tamaño, empaque y sellado; en el caso de exportar la fruta, el proceso es más largo y cumple cada etapa con más rigurosidad, aquí, el proceso es: clasificación, primer control de calidad, lavado, segundo control de calidad, empaque y sellado.

### **1.2.2. Comercialización**

El 80% de la producción total de papaya en Ecuador está en manos de pequeños y medianos productores, los cultivos están en las zonas rurales de las provincias costeras, alejados de las zonas comerciales y de distribución, por lo tanto, según el Censo Agropecuario del 2018, alrededor del 75% de los productores se ven obligados a vender a los intermediarios, lo que genera menos ganancia puesto que el productor vende (Revista Líderes, fecha). De acuerdo con Vélez (2014) se debe incluir a los productores de pequeña escala en la comercialización, a través de intercambios justos que permitan el desarrollo individual y colectivo, es así como es necesario un método mercantil donde

este 80% de agricultores puedan introducir sus productos en el mercado internacional y a la vez impulsar procedimientos tecnificados y responsables con el medio ambiente.

### **Sistemas de comercialización**

- **Productores – consumidores:** Es la vía que representa más ganancia para los productores por la disponibilidad de fijar los precios según las características de la demanda, las vías más comunes son: venta directa en las fincas, mercados, microemprendimientos y a través de pequeñas asociaciones de productores de frutas (Colcha, 2011).
- **Productores - minoristas- consumidores:** Esta es la segunda vía de comercialización con más ganancias para el productor, aquí se negocia el precio después de tomar en cuenta factores como: cantidad que se vende, temporada del año (determina la oferta) y gastos de transporte (Colcha, 2011).
- **Productores - mayoristas - minoristas- consumidores:** Esta vía se utiliza cuando hay más oferta puesto que a los productores les resulta difícil acceder a los consumidores y minoristas, Xavier Aulema, propietario de la finca *Narajito*, menciona que desde el inicio de la pandemia del Covid-19, la oferta de frutas tropicales se acumuló en el Guayas por las escasas vías de transporte, por lo tanto, el 80% de producción se llevan los mayoristas a un precio muy bajo, pero cuando los mayoristas llegan a los puntos de comercialización, el precio de los productos se infla por primera vez para los minoristas quienes inflan el precio por segunda vez para el consumidor, con este hecho se afirma la teoría smithiana que anuncia que el cierre de fronteras para los comerciantes perjudica tanto al productor como al consumidor, disminuye las ganancias para el primer actor e incrementa el precio de adquisición para el segundo (Colcha, 2011).
- **Productores - intermediarios - mayoristas – consumidores:** Este es el canal con más logística, en la mayoría de los casos los precios están fijados, asimismo, el productor debe cumplir con normas de calidad, los supermercados y empresas de exportación utilizan esta vía (Colcha, 2011).

### 1.2.3. Exportación de papaya

Ecuador es el trigésimo quinto país exportador de papaya en el mundo y el octavo en América Latina, en 2018 se exportó la primera carga de papaya a los Estados Unidos, después de 20 años de trámites y espera de permisos, la papaya tipo Hawaiana y Maradol se exportan a la Unión Europea, mientras que la Hawaiana y Tainung 1 a Estados Unidos y Canadá (El Comercio, 2018).

Tabla 4  
Exportación de papaya en TM y miles de dólares

2015		2016		2017	
TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB
4.329,40	4.447,60	3.182,90	3.404,90	1.601,40	1.484,40
2018		2019		2020	
TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB
194,5	147,1	93,2	113,2	70,1	14

Fuente: BCE

Elaborado por: Elaborado por: María José Granda

Las cantidades expresadas en la tabla No. 4 muestran un decrecimiento en cuanto al valor en miles de dólares en la exportación de papaya en el periodo 2015-2020 del 99%, sin tomar en cuenta el valor exportado en 2020 por la crisis sanitaria y el bloqueo comercial entre fronteras, la tasa de decrecimiento hasta el 2019 es aún baja (97%). Esto, es resultado de varios factores como el aumento de competencia en el mercado de la Unión Europea y la exigencia de compradores de productos orgánicos, además, las barreras fitosanitarias no son negociadas de Gobierno a Gobierno, sino por las empresas exportadoras, lo que alarga el proceso de trámites y permisos (Revista Líderes, 2014).

La diferencia entre el mercado europeo y el de Estados Unidos es la agilidad en el proceso de permisos y la exigencia de ambos compradores en cuanto a productos orgánicos, acceder al mercado de la Unión Europea como país productor sudamericano es más fácil que acceder al mercado estadounidense, por lo tanto, cada vez más empresas exportadoras de papaya buscan acceder al mercado europeo y Ecuador perdió espacio en este campo. La apertura política de la UE en cuanto a crear relaciones comerciales con agentes del comercio internacional facilita la apertura de fronteras y la convierten en uno de los mercados más atractivos para exportadores, por lo tanto, dentro de un contexto liberal, los Estados deben crear acuerdos multilaterales que desbloqueen las barreras mercantiles.

Tabla 5  
Países importadores de papaya ecuatoriana

Países destino	Valor exportado en 2019 (en miles USD)	Cantidad exportada (en toneladas)	Crecimiento del valor exportado desde 2015(%)
Estados Unidos	65	93	-65
Holanda	22	55	-
Alemania	21	16	-57
España	3	16	-75
Suiza	1	2	-
Perú	1	0	-

Fuente: TradeMap  
Elaborado por: María José Granda

Como se evidencia en la tabla No. 5, en el ranking de los 6 mayores países importadores de papaya ecuatoriana cuatro son de la UE, eso es un factor que ayuda a comprender la tasa de crecimiento de exportación, de tal modo que, la competencia en este mercado es mayor que en el mercado de América del Norte y Asia.

### 1.3. Potencial de producción para oferta exportable

Como se mencionó en párrafos anteriores, el cultivo de papaya abarca 3.982 hectáreas, de las cuales 3.185,6 pertenecen a pequeños y medianos productores, las semillas se siembran con distancia de 2.5 m entre sí, estos deben tener al menos 30 cm de alto y diámetro; por lo tanto y después de reflexionar que alrededor del 15% de producto se pierde o se marchita durante el cultivo o en la postcosecha por razones como plagas, enfermedades o condiciones climáticas, Ecuador tiene una capacidad de producción de 150 toneladas de papaya por hectárea, en total, alrededor de 477 mil TM al año (INIAP, 2018). Si bien este 15% de pérdida resulta a primera vista perjudicial para el potencial productivo de la región, según Vázquez et al (2010), en México, primer país productor de papaya en el mundo, se desecha alrededor del 20% de producto por las mismas causas enumeradas.

Según el análisis publicado por el INIAP, alrededor del 30% de papaya se desperdicia durante la postcosecha y la comercialización a otras regiones (El Comercio, 2019), Manuel Dávalos, propietario de 0,8 hectáreas de papaya en el Guayas, señala que, *“en la región existe más oferta que demanda, en cada cosecha los campesinos tienen dos opciones: vender*

*a precios que no representan ganancias (hasta 0,20 ctvs. el kilo) o deshacerse de la fruta que no se pudo vender; el problema no es la calidad de la fruta sino la abundancia de esta y las dificultades de transporte, lo que hace que se acumule*". Por lo tanto, si este porcentaje de fruta desechada se destinara al comercio internacional, la capacidad de oferta sería de alrededor de 190 mil TM anual. Uno de los factores que se alinean con los conceptos de Ricardo (1820) sobre la especialización de producción es la capacidad del país de satisfacer la demanda interna y contar con recursos para satisfacer la demanda externa.

### **1.3.1. Análisis PEST del cultivo y comercialización de papaya**

El análisis PEST es una herramienta que toma en cuenta factores externos donde se describe el entorno general con el fin de identificar las fuerzas que influyen o podrían influir al llevar a cabo un proyecto; además, este análisis permite entender el potencial y dirección del negocio para establecer si bien el entorno facilita o dificulta la operatividad del proyecto. (IMF, 2020)

#### **Político**

El factor político se refiere a la intervención del gobierno a través de leyes, normativas, campañas o planes de activación que impacten el campo en cuestión; aquí, se analiza la legislación actual y futura y la intervención de entidades internacionales.

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias junto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería lanzó en 2019 el plan de apoyo a las iniciativas de fruticultura, el objetivo del proyecto es aprovechar los recursos y mejorar el sistema de producción de frutas tropicales (maracuyá, mango, sandía y papaya) para cumplir con los estándares de exportación, en los próximos 4 años (a partir del 2019) el INIAP inició el plan de mejora genética de las semillas para tener como resultado, frutas más resistentes a las plagas y con mejor textura y sabor, las semillas serán distribuidas a pequeños y medianos productores en las provincias de Manabí, Guayas, Los Ríos y Santa Elena, además el Ministerio indicó que como parte de este apoyo, el Gobierno creará bases de apoyo financiero y capacitaciones a los campesinos sobre el manejo de cultivo, cosecha, pos cosecha e industrialización (INIAP, 2019). Esta iniciativa es una herramienta para

promover la agricultura sustentable, aumentar la actividad agrícola en zonas rurales y formar pequeñas asociaciones de productores.

El Marco de Cooperación para el Desarrollo Sostenible ONU-Ecuador 2019-2022 busca incentivar la producción colectiva para formar alianzas entre campesinos a fin de mejorar la productividad nacional y aumentar la competitividad en el mercado de exportación. El programa tiene 4 etapas:

1. Trabajar con los gobiernos locales para crear un plan de financiamiento, determinar las necesidades de los productores, las debilidades del sector y determinar las industrias con mayor y menor productividad para reforzar el emprendimiento.
2. Trabajar con los productores de la región para analizar la situación económica y las oportunidades de expansión de cultivo, capacitar en cuanto a cultivos orgánicos y medidas de protección al medio ambiente.
3. Promocionar, junto con el Gobierno ecuatoriano, los productos en el mercado exterior.
4. Hacer un seguimiento cada 3 meses de la producción de los campesinos que forman parte del proyecto (UNDAF, 2019).

## **Económico**

Este factor analiza la situación económica de los actores del proyecto, asuntos generales de impuestos, factores específicos que influyan en la operatividad tales como moneda de uso en la transacción, precio de transporte y motivadores económicos para los clientes y vendedores.

En Ecuador, el 8% del PIB corresponde a la actividad agrícola, además, el 27% de empleos están relacionados a la agricultura y ganadería (BCE, 2019); por lo tanto, la intervención del Gobierno con estrategias económicas que impulsen el desarrollo de esta área fomenta la competitividad y oportunidad de mercado exterior. El ministro de Agricultura y Ganadería de Ecuador, Xavier Lazo anunció las medidas en conjunto con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) como herramientas para enfrentar la crisis agroalimentaria que deja el Covid-19, las mismas incluyen la cooperación interregional con Bolivia, Colombia Chile, Perú y México donde se creó una

plataforma de diálogo con el fin de compartir técnicas y estrategias para la crisis; además, Laso señaló que el país se enfocará en cuidar la economía de pequeños y medianos productores mediante controles de precios con intermediarios (MAG, 2020). El plan de reactivación agrícola también incluye la inyección de USD 50 millones, los cuales se destinan a crear espacios comerciales donde los productores vendan directo al consumidor, sin la participación de intermediarios, financiamiento a campesinos en situaciones vulnerables y refinanciación y ajustes en las tasas de interés (El Comercio, 2020).

Por otro lado, la economía canadiense es la cuarta economía más estable del mundo, el crecimiento promedio del PIB en el periodo 2015-2019 fue del 1.7%, el bloqueo económico por la pandemia del Covid-19 afectó el crecimiento proyectado del 2% para el 2020, en consecuencia, tuvo un decrecimiento del 6.2% (Bank of Canada, 2020). En abril del 2019, el Gobierno de Canadá anunció el plan de reactivación económica en respuesta a la crisis sanitaria, mismo que proporciona \$287 millones a negocios y comunidades rurales, a través de programas de desarrollo gestionados por el sector público y privado, la inyección de \$20.1 millones a emprendedores e innovadores de entre 18-39 años y \$250 millones a pequeñas y medianas empresas en riesgo por consecuencia de la crisis sanitaria (Department of Finance Canada, 2020).

Canadá es el doceavo país exportador y treceavo importador a nivel mundial, por lo tanto, no sorprende que sea el cuarto país con mayor cantidad de vías aéreas, terrestres y marítimas de alta tecnología, las tarifas de transporte marítimo desde el puerto de Manta-Ecuador hasta Toronto-Canadá oscilan entre 2.000 y 3.000 dólares). Además, las políticas liberales económicas canadiense motivan la inversión extranjera y lo convierten en un país atrayente para la exportación, François Philippe, Ministro de Relaciones Exteriores de Canadá, mencionó que, como medida para afrontar el bloqueo comercial a consecuencia de la crisis sanitaria del 2020, el Estado invertirá en la apertura de vías de transporte e incentivará acuerdos comerciales con instituciones privadas y gobiernos (Global Affairs Canada, 2020).

## Social

En lo que a aspectos sociales se refiere, las variables que podrían tener impacto en la exportación de papaya son: estilo de vida y actitudes del productor y consumidor, tendencias, tipos de trabajo y los cambios en el sistema de educación. En Ecuador, el 80% de la población económicamente activa trabaja en actividades de bajo crecimiento, agricultura, construcción y comercio, de estos, el 38% tiene los beneficios remunerados indicados en la Legislación Ecuatoriana (décimos, seguro social y bonos); 2 millones de personas dependen de la agricultura y más de 1 millón del comercio de frutas y verduras (Revista Notimérica, 2019). En cuanto a la aptitud del agricultor ecuatoriano, según el informe de Empleo y Condición de Actividad en Ecuador emitido por el INEC (2019), el deseo y disponibilidad de trabajar horas extras depende del sector, en zonas urbanas, la disposición es del 50-85%, en zonas rurales del 30-55%.

En cuanto a la variable del estilo de vida del consumidor, Polsky (2019) señala en el reporte sobre el cambio en el consumo de frutas y verduras en Canadá entre 2010 y 2019 que la dieta del 82% de canadienses incluye un promedio de 4 porciones de frutas y/o verduras diarias, además, el consumo de frutas tropicales (mango, sandía, maracuyá y papaya) aumenta un 75% en verano (junio-agosto), por ello, en 2018 la Organización Mundial de Salud nombró a Canadá el país más saludable del mundo (Health Canada, 2019).

## Tecnológico

La tecnología agraria aumenta la productividad, las innovaciones en este sector favorecen la exportación de productos de primera necesidad, además, mejoran los recursos de cultivo, siembra y cosecha, según Guenter (1998), se diferencian cuatro tipos de tecnología en este campo:

1. **Tecnología biológica.** - hace referencia al mejoramiento genético de las semillas para modificar el ADN de la planta y hacerla más resistente a futuras plagas y mejorar el tamaño y textura del producto. En Ecuador existen ocho estaciones experimentales de agricultura, las cuales reúnen investigadores nacionales y extranjeros que generan tecnología biológica con más de tres mil tipos de semillas.

2. **Tecnología química.** - se refiere a los compuestos que ayudan al crecimiento de la planta (pesticidas y fertilizantes), en 2018 Ecuador exportó \$ 0,14 millones USD e importó \$ 0,40 millones USD en abonos y fertilizantes de origen vegetal y animal, por lo tanto, el 65% de tecnología química utilizada es importada (CFN, 2018).
3. **Tecnología mecánica.** - son las herramientas y maquinaria utilizadas para mejorar la productividad, a nivel nacional el 27% de cultivos están tecnificados, los cuales corresponden a medianas (33%) y grandes empresas (67%) (INIAP, 2020).
4. **Tecnología de manejo o cultural.** - esta técnica intenta prolongar la vida fértil de los suelos y la conservación del medio ambiente, a través de técnicas de labrado y cosecha que sean amigables con el entorno, el Ministerio de Agricultura y Ganadería lanzó en 2016 el programa de Cultivo Sostenible para capacitar a pequeños y medianos productores sobre técnicas no invasivas de industrialización.

Al finalizar este capítulo, se concluye que la papaya es una fruta tropical con alta importancia de consumo a nivel mundial como efecto a sus propiedades y a los diversos usos que se le atribuye en la ingesta diaria, al traer beneficios desintoxicantes y curativos para el organismo, además de su rol en la industria farmacéutica al ser componente secundario de medicamentos; por lo tanto, es cada vez más apetecida en el mercado internacional. Las condiciones climáticas y geográficas de la región Costa ecuatoriana permite la producción durante todo el año, asimismo, después de analizar el marco general político de la intervención del Estado ecuatoriano y de organismos internacionales que dan particular enfoque al desarrollo agrícola, junto con las medidas económicas que se plantea en el entorno de los actores del proyecto, Canadá y Ecuador; los recursos sociales como la importancia de este sector en la generación de empleos y las propuestas de avances tecnológicos que plantea el Ministerio de Agricultura ecuatoriano se concluye que hay potencial productivo y de comercialización interna y externa a corto y mediano plazo.

## **CAPITULO II**

### **LA OFERTA Y DEMANDA DE PAPAYA EN EL MERCADO CANADIENSE**

Los patrones de producción y comercialización del mundo se modifican según la dinámica entre oferta y demanda, factores que crean una competitividad de mercado; Concha (2002) señala que el comercio exterior permite el desarrollo humano y económico de los estados, se observa que el PIB crece paralelo con la intervención en el mercado internacional. Esto y la globalización son factores que llaman la atención de productores y comerciantes e incentiva su participación en el comercio mundial, en consecuencia, hay cada vez más competitividad; es así que, en este capítulo se analizará la oferta de papaya en el mercado canadiense junto con las características de los principales competidores, entre las que figura las ventajas comparativas, la calidad del producto y la eficacia de las metodologías comerciales que aplican, asimismo se analizará la demanda en el mercado junto con las preferencias y exigencias del consumidor y de las empresas importadoras; a través de este estudio de mercado se busca identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de la producción y comercialización internacional de la papaya ecuatoriana.

#### **2.1. Antecedentes: Panorama mundial del mercado internacional de papaya**

La papaya es la tercera fruta tropical más consumida en el mundo, se produce en más de 60 países donde el 99% son en vías de desarrollo (FAO, 2019), lo que significa que este grupo de países dependen de la actividad agrícola primaria puesto que es una fuente de sustento al desarrollo social y económico (Smith, 1776). Por otro lado, el crecimiento promedio de la productividad de esta fruta en el periodo 2008-2018 fue del 3,26% y en el 2019, el total mundial de producción fue de alrededor 13.332 miles de toneladas, del cual Asia es el mayor productor con el 54%, seguido de América Latina y el Caribe con el 33% y África con el 13% (FAO, 2019), estas estadísticas evidencian el desarrollo asiático en los tres niveles económicos dentro de un sistema globalizado de libre comercialización de productos y el avance en la exportación de alimentos que genera competitividad en el sector regional y mundial (Smith, 1776)

Tabla 6  
Producción mundial de papaya

Año	2017	2018	2019	Tasa de crecimiento promedio
<b>Total</b>	12.103	12.980	<b>13.332</b>	3.26%
India	4.913	5.699	5.762	6.91%
Brasil	1.464	1.396	1.486	-2,32%
México	884	952	1.054	2.5%

Fuente: FAO

Elaborado por: María José Granda

\* En miles de toneladas

El informe de la Organización de Alimentos y Agricultura de la ONU (FAO) publicado en 2017 indica que el 97% de papaya es producida por pequeños y medianos productores en menos de 5 hectáreas, donde la fruta es cultivada para la subsistencia y abastece la demanda interna, por lo tanto, tan solo el 7% del total de producción mundial se exporta; lo que significa que la comercialización de papaya es una oportunidad para el desarrollo social de las pequeñas comunidades que la cultivan dentro de un sistema de asociaciones de pequeños y medianos campesinos (Carrino, 2017) donde se comparten estrategias de producción y comercialización, además de costos para cumplir con estándares de calidad internacional (Smith, 1776). Además, las dificultades en el transporte y los retos climáticos hacen que la fruta se pierda durante o después de la cosecha, sin embargo la tecnificación de esta actividad reduce el riesgo de pérdida y aumenta la productividad (Ricardo, 1817), incluso la ambientación artificial en los huertos reduce el riesgo de pérdida en época de sequía, donde el desarrollo agrícola va de la mano con el desarrollo económico interno (Ricardo, 1817), es así como, este tipo de tecnología debe producirse en el país agrícola con el fin de potencializar la capacidad de exportar.

Tabla 7  
Mayores exportadores de papaya en el mundo

Exportadores	Valor exportado en USD en 2019 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2019 en TM
<b>Mundo</b>	<b>291.133</b>	<b>354.568</b>
México	93.583	159.972
Brasil	46.320	43.301
Guatemala	30.280	62.091
Holanda	22.616	6.215
China	19.509	11.170
Malasia	7.430	19.020
Filipinas	5.258	5.598
India	4.516	8.982

Fuente: TradeMap

Elaborado por: María José Granda

En la tabla No. 7 se observa que México concentra el 32% de exportación mundial de papaya, seguido por Brasil con el 15% y Guatemala con el 10%, estas estadísticas evidencian la ventaja geográfica mexicana por dos razones, en primer lugar los mayores importadores de esta fruta son países de América del Norte, como se analizará a continuación, por lo tanto la comercialización internacional toma menos tiempo a esta región, por lo tanto, esta dinámica de ventaja comparativa trae beneficios a la economía interna (Salazar, 2003); en segundo lugar, la papaya al ser una fruta delicada tiene menos riesgo de daño en trayectorias más cortas, es decir desde México hasta países norteamericanos, es así como esta dinámica trae beneficios a la economía interna siempre y cuando se acompañe con apoyo político a través de la creación de acuerdos multilaterales que favorezcan el intercambio de bienes (Salazar, 2003).

En contraste, en la tabla No. 6 y 7 se observa que si bien India es el primer productor mundial con una tasa de crecimiento anual de 3.26%, es el octavo exportador con el 1.5% del total, de modo que, este país tiene potencial de producción, pero no de exportación, limitante que impide que se beneficie de su ventaja comparativa en cuanto a este producto (García, 1996). La diferencia entre la capacidad de comercialización externa entre México e India es el enfoque productivo, Valencia et. al. (2017) mencionan que desde 1980, los campesinos forman pequeñas organizaciones de cooperación de métodos y estrategias productivas, las cuales permiten intercambiar conocimientos sobre la producción de papaya, y, en consecuencia, mejorar los procesos; vale decir que esta dinámica donde se incluye educación y entrenamiento propone un sistema de comercio justo que incentiva a pequeños y medianos productores a ser parte del sistema de comercio internacional (Vélez, 2014) como agentes impulsores del desarrollo económico y social desde un enfoque individual y colectivo.

Otro factor que explica la poca capacidad de exportación de un producto es la demanda local, México e India tienen capacidad del 100% de satisfacción de demanda interna, sin embargo, el consumo de papaya en India abarca el 98% de la producción, con el 2% de producción total exportar, a diferencia de México que destina el 80% a la satisfacción de demanda interna y el 20% a la comercialización externa (SAGARPA, 2016); es así que, equilibrar las necesidades internas con la demanda internacional es una estrategia comercial que permite ganar mercado externo y crear competitividad (Guillem, s.f.) para evitar el monopolio de mercado y flexibilizar los costos.

Como se menciona en párrafos anteriores, se proyecta un crecimiento en la producción de papaya del 2,1%, el cual debe satisfacer la demanda interna de los países productores y la demanda externa, se calcula que las exportaciones de papaya crecerán a un ritmo anual aproximado del 1,7% hasta 2028 (FAO, 2020). Como los países más industrializados tienen desventaja absoluta en cuanto a la producción agrícola, lo que trae ventaja en cuanto a la flexibilidad de demanda de este producto el cual resulta más conveniente proveerse de estos insumos en el mercado internacional (Smith, 1776), es así como el 95% del total de importaciones de papaya es adquirida por países desarrollados (Hallak, 2020) donde el ingreso per cápita es más estable, por lo tanto, el consumo tiende a subir.

Tabla 8  
Mayores importadores de papaya en el mundo

<b>Importadores</b>	<b>Valor importado en USD en 2019 (miles de USD)</b>	<b>Cantidad importada en 2019 en TM</b>
<b>Mundo</b>	<b>335.467</b>	<b>342.103</b>
Estados Unidos	129.858	187.375
UE	134.522	58.538
Alemania	24.359	10.888
Portugal	22.165	17.582
España	20.140	9.604
Canadá	22.165	17.582

Fuente: TradeMap  
Elaborado por: María José Granda

En la tabla No. 8 se observa que los mayores importadores de papaya en el mundo son Estados Unidos con el 38%, la UE con el 40% y Canadá con el 7% (Trade Map), si bien estas estadísticas y el hecho de que Estados Unidos sea el segundo importador de mercancías del mundo (WTO, 2020) evidencia el modelo liberal político que maneja donde se crean acuerdos multilaterales que eliminan las barreras arancelarias y facilitan la distribución y desarrollo (Smith, 1776) lo cual lo convierte en un mercado atractivo para exportar de papaya; datos de Statistics Canada (2020) revelaron que la tendencia de consumo de frutas tropicales en este país es de 161 libras per cápita, a comparación de las 126 libras per cápita del país vecino, además, se estima que para el 2030 las importaciones de papaya aumentarían un 15% (SAGARPA, 2016), es así que, en términos de tendencia de consumo, la demanda canadiense convierte a este país en un potencial mercado de

exportación a corto y mediano plazo debido a la capacidad de consumo genera una cadena de valor que da estabilidad al sistema productivo (Abad, 2017).

## **2.2. Demanda en el mercado canadiense**

### **2.2.1. Perfil canadiense**

Canadá es el segundo país con mayor densidad territorial en el mundo, tiene una superficie de 9.984.670 km cuadrados y una baja densidad poblacional de 3,2 habitantes por km<sup>2</sup> en comparación con el territorio; su capital es Ottawa y su moneda oficial los dólares canadienses (CAD), el PIB del 2020 es de USD 1,3 trillones; los idiomas oficiales son el inglés y francés, el primero se utiliza en las negociaciones nacionales e internacionales (Government of Canada, 2020).

### **Economía**

La economía canadiense es la décimo primera economía más grande del mundo y la cuarta economía más estable, el crecimiento promedio del PIB proyectado hasta el 2030 es de del 1,7% anual donde el comercio internacional equivale el 65,9% del total (Bank of Canada, 2019), valor que evidencia la importancia de esta dinámica en el desarrollo económico de un país al sustentar la productividad interna y externa como efecto al poder de crear oferta y demanda al ser Canadá el doceavo país exportador y treceavo importador a nivel mundial (Government of Canada, 2020); además de crear un sistema de competitividad sectorial que fortalecen e incentivan la mejora de los mecanismos mercantiles internacionales (Guillem, s.f.), por lo tanto, no sorprende que sea el cuarto país con mayor cantidad de vías aéreas, terrestres y marítimas de alta tecnología (Global Affairs Canada, 2020).

El derecho de la libre función de la propiedad privada y de las dinámicas que esta implica tales como el acceso a canales de producción y distribución (Smith, 1776) son una característica de las medidas políticas canadienses, de tal modo que, según el índice de libertad económica expuesto por puntos (The Heritage Foundation, 2020), Canadá es el primer país de la región en el ranking y el noveno en el mundo con un total de 78,2 puntos; es decir, se trata de un Estado que abre puertas a la inversión interna y externa, de manera que, la atracción de oferta en el mercado canadiense aumentó en un 35% en el periodo 2016-2019 (Bank of Canada, 2020) como efecto al amparo del gobierno a través

de tácticas que incentiven la inversión y protegen los intereses colectivos e individuales de la sociedad (Carrino, 2017)

### **Aspecto socio cultural**

Canadá es catalogado como el quinto país con mejor calidad de vida en el mundo; los índices de vivienda, seguridad, salud, empleo, remuneración y educación están por encima del promedio, con un total de 8.9 puntos; según Ricardo (1817), esta estabilidad social conserva el avance económico y garantizan el bienestar individual dentro de la sociedad donde existe confianza entre ciudadanos y Estado y se crea un sentimiento de protección. En lo que concierne a la educación, a la cual se la considera desde un enfoque liberal como una empresa (pública o privada) que obligatoriamente debe ser eficiente, eficaz, rentable y de calidad (Morales, 2004), el sistema educativo canadiense es el cuarto mejor del mundo donde el 91% de adultos entre 25 a 64 años terminaron el segundo nivel (OECD, 2020), lo que permite crear un pensamiento crítico responsable.

Otro factor que determina la estabilidad económica y social canadiense es la fuerza de trabajo, al ser las personas el principal motor del desarrollo de una nación (McNulty, 1973) mantener bajas tasas desempleo y oportunidades de crecimiento laboral en instituciones públicas y privadas, las cuales funcionan como un engranaje donde los intereses de un pequeño grupo generan el fenómeno denominado por Adam Smith (1776) como *mano invisible*, el cual funciona como generador puestos de trabajo para satisfacer los intereses de los empleadores; es así que, el sistema laboral de Canadá emplea al 73% de la población económicamente activa (15-64 años) quienes gozan de un trabajo remunerado con todos los beneficios de la ley (OECD, 2020), tales como décimos, utilidades y seguro social, el mismo que satisface las expectativas del 91% de la población (OECD, 2020).

Entender las dimensiones culturales en un estudio de demanda es un paso previo para construir las bases de negociación o presentación de una propuesta y para entender las tendencias de consumo de un producto porque el comportamiento humano determina los patrones del mismo (Hofstede, 2004), además entender la relación entre comercio exterior y el derecho de cultura permite la globalización y facilita el intercambio de bienes y servicios (Margalit & Harbertal, 2004); por lo que, a fin de comprender el perfil cultural canadiense, se analizará a continuación las tres dimensiones culturales propuestas por

Hofstede que tienen relación con los patrones de consumo: distancia del poder, individualismo vs colectivismo y masculinidad vs feminidad .

### **Distancia de poder**

Esta dimensión mide el distanciamiento entre clases sociales y la relación que tienen entre sí, al ser una dependiente de otra (Smith, 1776), para entender la actitud de los individuos ante las desigualdades; en Canadá, esta dimensión tiene un total de 39 puntos, más abajo del promedio mundial que es de 50 puntos (Hofstede Insights, 2020), lo que se traduce como una sociedad tolerante e inclusiva, donde la comunicación entre empleado y empleador se basa en las necesidades de ambas partes (Aguzzi, 2014), se propicia al diálogo directo como herramienta para maximizar los beneficios de las empresas y por lo tanto, los ingresos de cada parte (Celit et. al., 2017); es así que, la clase media canadiense es la más rica del mundo con un ingreso per cápita de USD 46.290 (Government of Canada, 2020) como efecto a la apertura social de crecimiento, es decir, se trata de una cultura donde el gerente facilita las herramientas al empleado para incentivar su ascenso económico.

### **Individualismo vs colectivismo**

Esta dimensión busca entender el grado de interdependencia entre los miembros de una sociedad con el fin de determinar si se la describe como una cultura individualista donde las personas piensan en su bienestar propio y el de su familia cercana o una cultura colectivista que identifica a las personas como miembros de un grupo que se cuidan entre sí. Canadá tiene un puntaje de 80 puntos de individualismo (Hofstede Insights, 2020), lo que la caracteriza como una cultura donde las personas velan por sus propios intereses, donde actuar de manera individualmente beneficiosa es la naturaleza del ser humano (Denis, 1999); además, desde un enfoque liberal, el individualismo incentiva el consumismo de tal modo que, las personas buscan diferenciarse del resto a través del consumo de productos exclusivos o diferentes (Bascoy, 2017), lo que beneficia a la tendencia del consumo de papaya al ser calificada como una fruta tropical exclusiva en Canadá.

## **Masculinidad vs feminidad**

Esta dimensión divide a las culturas en masculinas y femeninas, la primera se caracteriza por enfocarse en la competencia para lograr el éxito y ser definidas como ganadoras o las mejores en algún campo; la segunda, valora la calidad de vida de los individuos y se enfoca en calidad más que cantidad (Hofstede Insights, 2020); por lo tanto, la cuestión fundamental de esta dimensión es como se caracteriza a la cultura, en aquella que quiere lo mejor (masculino) o la que disfruta lo que hace (femenino). Canadá tiene un puntaje de 52 puntos en esta dimensión (Hofstede Insights, 2020), lo que la convierte en una sociedad moradamente masculina; característica que, en términos de consumismo le atribuye la capacidad de adquirir productos diferentes y novedosos al ser relacionados al éxito (Moreno & Buenrostro, 2017) con altos estándares de desempeño en el ámbito laboral y en la comunidad en sí.

### **2.2.2. Perfil del consumidor de papaya canadiense**

Canadá es un país que se caracteriza por el multiculturalismo y la diversidad étnica, en 2018, la población aumentó en 528.421 personas donde el 80% son inmigrantes (Ortiz, 2019), esto es consecuencia de la apertura política y las leyes protectoras migratorias, las mismas que permiten liberar el comercio donde se crean nuevas fuentes de oferta y demanda, a la vez que atraen el consumo de productos innovadores (Portes, 2019) como efecto de la llegada de culturas con tendencias diferentes que se normalizan en una misma sociedad. Este concepto se relaciona con el consumo de papaya en Canadá, al ser una fruta con índices de consumo poblacional de 85% en América Latina y 79% en Asia (FAO, 2019), de tal modo que es una fruta popular en la dieta de los individuos de estas sociedades, las mismas que se popularizan en nuevas culturas como efecto a la llegada de inmigrantes, en Canadá, el 56,9% de inmigrantes son asiáticos y el 13% latinoamericanos (Statistics Canada, 2018), hecho que favorece la mezcla cultural y establece bases de globalización en un sistema que debe ofertar productos que se acomoden a los principios consumistas de cada parte (Oximoron, s.f.)

Si bien, la cultura latina y asiática popularizaron el consumo de papaya en Canadá, los canadienses, como se mencionó en párrafos anteriores, la consideran una fruta tropical exclusiva, misma que es consumida como símbolo de superioridad económica, con un

costo convencional medio-alto aproximado de CDS 4,99 (USD 3,80) por libra. (Procomer, 2019), este hecho segmenta el mercado con el objetivo de llegar a un determinado grupo de personas a fin de crear determinadas estrategias publicitarias que dependan de los gustos y alcances del grupo enfocado; es así como para Hurtado (2003), el comercio exterior se beneficia de la segmentación de clases sociales dado que construye una pirámide donde los productos adquieren más valor y, por ende, son más atractivos para las clases altas.

Por un lado, las estadísticas publicadas por el Instituto de Statistics Canada evidencian que el 55% de papaya se dirige al consumidor asiático y asiático-canadiense, como consecuencia de su alto poder adquisitivo, resultado de una cultura masculina (dimensión cultural que se analizó en el subtema anterior) y económicamente liberal, donde el deseo de consumo aumenta para satisfacer el bienestar individual como efecto a su capacidad de actuar como herramienta de dominación (Díaz, 2013); es así que, la fuerte presencia de inmigrantes y residentes asiáticos en territorio canadiense favorece al consumo interno de papaya, además son los mismos asiáticos quienes manejan la importación de frutas *exóticas* y propietarios de negocios, restaurantes y demás establecimientos (Revista la Portada, 2012) donde se puede introducir el comercio de papaya.

El éxito de la importancia asiática en la economía de Canadá es la organización cultural, en ciudades como Vancouver, Richmond y British Columbia el promedio de asiáticos (80% chinos) son de 1 cada 5 habitantes, posición que les permite formar comunidades con sus propios establecimientos, “*manejar su propia cultura, impone sus reglas y tendencias*” (Luedi, 2020), este fenómeno recalca la importancia del comercio exterior y el multiculturalismo ahora que se crea un espacio de intercambio comercial con mayor elasticidad y variedad, dinámicas que favorecen la imposición de un producto en una cultura diferente (Portes, 2019). Si se ajusta este fenómeno con la exportación de papaya que se propone en este proyecto, la comunidad asiática en Canadá resulta un potencial cliente, en particular en las ciudades ya mencionadas.

Por otro lado, según un estudio realizado por el Grupo de estrategia del consumidor, Ipsos-Reid, el 72% de canadienses tiene una dieta saludable que incluye un promedio de 3 porciones de frutas y/o verduras diarias; esta necesidad junto a las

dificultades climáticas y agrarias canadienses incentivan la importación de estos productos porque el comercio internacional de insumos primarios es indispensable para los países que no tienen los recursos para su producción (García, 1996). Además, el consumo de frutas tropicales (mango, sandía, maracuyá y papaya) aumenta un 75% en verano (junio-agosto), donde 2.5 de cada 5 canadienses consumen papaya desde junio hasta septiembre como efecto a su sabor tropical y refrescante; en temporada de invierno, el consumo se reduce a 1 de cada 5 canadienses (Statistics Canada, 2019); es así como, en 2019 el consumo promedio de papaya es de 0.47 kg. por persona y se proyecta un incremento de demanda del 20% hasta el 2025 (AAFC,2017)

En Canadá, la papaya se cultiva en Ontario después de 5 años desde la siembra y está disponible en julio y agosto (Crops and Horticulture Division of Canada, 2019), sin capacidad de satisfacer la demanda interna, de tal modo que los restaurantes que la ofertan consumen papaya importada durante todo el año (Statistics Canada, 2020); Grace Mandarano, propietaria de un costoso restaurante en Ontario, menciona que, *“las empresas importadoras de papaya tienen una lista exclusiva de restaurantes a que proveen, en los últimos años todos tienen la fiebre de consumir papaya, sin embargo, pocos pueden accederla constantemente debido al alto precio que representa”*(Elton, 2009). Por lo tanto, la exportación de papaya debe enfocarse en satisfacer las necesidades de un mercado de clase media-alta, en particular de las regiones que concentran mayor poder adquisitivo debido a su capacidad para demandar más productos (Carrino, 2017); Alberta, Saskatchewan y Ontario son las provincias más ricas de Canadá, con un PIB per cápita de \$60.000, \$54.540 y \$49.543 USD respectivamente (APIS, 2018).

El 74% de mujeres canadienses de entre 19 y 70 años consumen en promedio tres porciones de frutas al día a comparación del 64% de hombres en este mismo rango quienes consumen un promedio de 2.5 frutas (Statistics Canada, 2019), estas cifras son más altas del promedio expuesto por la OMS de 2 frutas promedio en el 45% de la población; de modo que este hecho se suma a las ventajas de exportar frutas y verduras a Canadá al ser un país con alta demanda en cuanto a alimentos primarios; asimismo, la guía de comida de Canadá recomienda el consumo diario de papaya (50 gramos) como efecto a la importancia del valor nutritivo y sus cualidades limpiadoras, las cuales están detalladas en el capítulo I.

Tabla 9  
 Perfil del potencial consumidor de papaya en Canadá

Tipo de supermercado	Categoría	Precio promedio por libra (CDS)	Perfil del consumidor	Edad	Región
Étnico	Media, media-alta	\$3,50	Consumidor asiático	19-70	Vancouver, Richmond y British Columbia
Convencional	Media, media-alta	\$4,99	Consumidor canadiense	19-70	Alberta, Saskatchewan y Ontario

Fuente: PROCOMER

Elaborado por: María José Granda

El término *supermercado étnico* mencionado en la tabla No.9 hace referencia a los puntos de venta que se encuentran dirigidos a la población africana, india, latina, asiática y árabe; tienen costos menores a los supermercados convencionales y están ubicados fuera del área metropolitana (Bedford, 2020).

### 2.2.3. Requisitos del comprador de papaya

Las empresas importadoras de papaya demandan la fruta fresca y procesada con porcentajes de 65 y 35 por ciento respectivamente, en cuanto a la demanda de frutas procesadas, el 42% son fruta congelada (pulpa) y el 58% procesadas, en conserva y deshidratadas (PROCOMER, 2018). Exportar la fruta congelada tiene varios beneficios en cuanto a la durabilidad y el riesgo de perder la mercancía durante el transporte, además, la papaya, al ser una fruta delicada, debe transportarse de preferencia por vía aérea; de tal modo que, exportar la fruta congelada trae más beneficios de costo, lo que al mismo tiempo representa un costo de oportunidad, es decir, la ventaja que trae seleccionar una opción sobre otra (Gutierrez, 2020), en este caso, la ventaja de exportar al fruta fresca por vía aérea desde Ecuador a Canadá tiene menor ventaja que exportar congelada vía marítima.

Los tipos de supermercados mencionados en la tabla No. 9 también determinan la preferencia del consumidor, en lo que concierne a color y aspecto de la fruta en el mercado étnico, el comprador prefiere adquirir una papaya más madura, con un color más amarillo y grande (Tainung 1 y Maradol) que pesan entre 6 a 9 lbs., con un grado de maduración 4-5; por otro lado, en los mercados convencionales, el canadiense prefiere

comprar una fruta menos madura y más pequeña que pese de entre 3 a 6 lbs., con un grado de maduración 3-4 (Procomer, 2018). Después de tomar en cuenta las preferencias del consumidor, la papaya exportada desde Ecuador debe salir en un punto 2 de maduración en contenedores refrigerados que impidan maduración durante el viaje.

Figura 1  
Escala de maduración de papaya



Fuente: CropLife

En cuanto a certificaciones, las empresas importadoras tienen 2 visiones, por un lado, están aquellas que distribuyen a los supermercados étnicos que no requieren certificados de buenas prácticas agrícolas o evidencia de producción orgánica, en este caso el certificado fitosanitario es el único requisito, por lo que acceder a este tipo de mercado es más fácil y rápido. Por otro lado, están las importadoras que distribuyen a supermercados convencionales, los mismos que exigen productos con prácticas de comercio justo con los campesinos productores, certificados de Non GMO (sin organismos genéticamente modificados) y productos orgánicos (no es obligación, pero si una preferencia). Puesto que en este proyecto se plantea la exportación de papaya producida por pequeños y medianos campesinos donde se utiliza un mecanismo de comercio justo que incentive al desarrollo económico de la economía de pequeña escala (Vélez, 2014), metodología que se describirá en el capítulo 3, el target de este proyecto sería este tipo de importadoras.

La cultura de negocios canadiense tiene una visión a largo plazo (Hofstede, 2019), donde la lealtad entre comprador-vendedor es fundamental, las empresas importadoras exigen exclusividad en cuanto a la comercialización de frutas tropicales (Procomer, 2018) como estrategia de competencia con otras cadenas; lo que dificulta la entrada de nuevos exportadores en las áreas ya abastecidas; sin embargo, como efecto al crecimiento de demanda, cada vez más empresas buscan importar papaya ya sea como distribuidoras o

supermercados directamente; a continuación se analiza la oferta para determinar la oportunidad de posicionamiento en el mercado.

### 2.3. Oferta de papaya en el mercado canadiense

El libre mercado se caracteriza por la presencia de varias opciones de oferta, lo que evita el monopolio y rigidez de costos (López, 2016) a la vez que determinan el comportamiento económico de las unidades (oferta y demanda) donde el gobierno tiene el rol de regulador operativo (López, 2016) mientras que los compradores, vendedores, consumidores, distribuidores y productores tienen el poder de toma de decisiones. Canadá, al manejar un sistema liberal basado en la apertura diplomática y al multiculturalismo, es un mercado atractivo para empresas exportadoras de frutas y verduras, de tal modo que 27 países exportan papaya fresca y en conserva a esta región, México, Guatemala y Costa Rica son los mayores exportadores de papaya a Canadá, con el 55, 16 y 11 por ciento del total respectivamente (Statistics Canada, 2020).

Tabla 10  
Mayores exportadores de papaya a Canadá

País	2019		2018	
	Cantidad (expresada en TM)	Volumen (expresado en millones CDS)	Cantidad (expresada en millones de TM)	Volumen (expresado en CDS)
<b>Total</b>	<b>17'571.118</b>	<b>29</b>	<b>16'337.153</b>	<b>28</b>
México	10'297.903	14	10'482.837	15
Guatemala	2'580.212	4	2'262.829	3
Costa Rica	2'185.026	3	1'387.500	2
Brasil	770.067	2	463.064	1
Jamaica	206.255	1	267.336	1
Panamá	54.301	0,3	21.434	0,4

Fuente: Statistics Canada  
Elaborado por: María José Granda

#### 2.3.1. Análisis de competitividad

El análisis de competencia es una herramienta que permite conocer las fortalezas y debilidades de empresas rivales con el fin de crear estrategias de venta y analizar la

oportunidad de posicionamiento en el mercado (Salazar, 2020); para esto, es necesario identificar a los mayores competidores, analizar su producto y metodología de comercialización; como se evidencia en la tabla No. 10, México es el mayor exportador de papaya en Canadá con una elevada brecha con respecto a los demás competidores, por lo tanto será el foco de análisis en este estudio.

La ventaja comparativa de México en cuanto a la producción de papaya se evidencia en factores climáticos, geográficos y sociales; en cuanto al clima, el 75% de producción se concentra en Oaxaca, Chiapas, Colima y Veracruz (Valencia et.al, 2017), regiones que se caracterizan por su clima cálido-templado de entre 15-28 grados centígrados con una humedad promedio del 47%, lo cual favorece a la producción de frutas tropicales y minimiza el riesgo de contagio de plagas y enfermedades (Sagarpa, 2019), es así como estos recursos se asignan al impulso de la productividad de sectores estratégicos (Ricardo, 1817) donde la papaya cubre el 1,5% de superficie sembrada (Valencia et.al. 2017), estadística que refleja la importancia económica de la distribución interna y externa.

Tabla 11  
Características generales de la papaya mexicana

<b>Tipo</b>	<b>Características</b>	<b>Potencial de productividad</b>
Maradol	Resistente, cáscara delgada y la pulpa tiene un color llamativo para los consumidores	Se cosecha durante todo el año en la zona tropical este mexicano
Tainung	Olor agradable, textura y tamaño mediano que atraen a los consumidores	Se cosecha desde febrero hasta noviembre porque así se ajusta a las necesidades de las empresas importadoras

Fuente: Secretaría de Agricultura de México  
Elaborado por: María José Granda

Con base en las incipientes importaciones mundiales, se estima que la producción de papaya en México aumentará en un 30% hasta el 2028 (Sagarpa, 2018) con el fin de mantener la competitividad en el mercado internacional, la misma que obliga a los productores a implementar sistemas de cultivo, empaque y distribución modernos que sirven para aumentar la rentabilidad y disminuir el riesgo de pérdida (García, 1996). Además, la ubicación geográfica de México le permite acceder con mayor facilidad a los mercados de Estados Unidos y Canadá debido a la proximidad entre territorios, a través de vía marítima, el embarque tarda de 2 a 3 días hasta llegar a Estados Unidos y de 3 a 4

días para llegar a Canadá, por lo tanto, el 80% de mercancía se transporta por esta vía y el 20% restante por vía aérea (Feitó & Portal, 2013), cabe destacar que el precio del transporte aéreo es más costoso pero el más eficaz, al ser la papaya una fruta delicada y de rápida maduración, la probabilidad de que se pierda a través de vía marítima y aérea es de 6 y 2 por ciento respectivamente (Procomer, 2018), siempre y cuando se cumplan estrictas medidas de empaque y ambientación de contenedores.

El apoyo político y económico es otro factor indispensable para la competitividad de un mercado (Guillem, s.f.), al encargarse de las relaciones internacionales y la eliminación de barreras arancelarias a través de acuerdo multilaterales que favorezcan la comercialización internacional, es así como, la Secretaría de Agricultura mexicana creó el plan estratégico para la expansión de exportación de papaya mexicana en el periodo 2020-2030, el proyecto se basa en varios enfoques como: marketing, ajuste de precios y mejoras metodológicas antes, durante y después de la cosecha, según las cuales se estima aumentar la productividad en un 2% anualmente (Ministerio de México, 2020).

Por otro lado, la inestabilidad del peso mexicano frente al dólar canadiense es una desventaja monetaria que obliga a ciertos exportadores elevar el precio para obtener las ganancias deseadas, de esta forma, la competencia aplica una estrategia de precio y se crea una oportunidad de mercado (Keynes, 1992); asimismo, la expansión del narcotráfico afecta el desarrollo agrícola de las zonas productoras de frutas y verduras, según Corrales (2019), la violencia del narcotráfico afecta al sector agrícola, el miedo obliga a los campesinos a abandonar las tierras y migrar a zonas más seguras, además, la mano de obra disminuye y la criminalidad aumenta en zonas rurales productivas; de tal modo que el papel del Estado como proveedor de leyes regulatorias y protectoras es fundamental para el desarrollo del comercio exterior (Guillem, s.f.).

## **Análisis FODA de la exportación de papaya en México**

### **Fortalezas**

- Clima adecuado para la producción a gran escala.
- Reputación internacional como primer productor y exportador de papaya.
- Ubicación geográfica clave para acceder a los mercados que más importan papaya (EE. UU. y Canadá).

- Sistema de producción organizado que incluye la participación de pequeños y medianos productores.
- México tiene la capacidad de ofertar una papaya con grado de maduración 3 y 4, por la facilidad de transporte.

### **Oportunidades**

- Capacidad de abastecer la demanda futura como efecto a su potencial de producción.
- Existe un mercado consolidado de papaya en Canadá, la demanda está dispuesta a pagar más si el producto tiene la calidad deseada. (Procomer, 2018).

### **Debilidades**

- La inestabilidad del peso mexicano.

### **Amenazas**

- Aumento de competitividad.
- Expansión del narcotráfico.
- Crisis económica que deja el Covid-19.

## **Análisis FODA de la exportación de papaya en Ecuador**

### **Fortalezas**

- Clima ideal para el cultivo masivo de papaya
- Uso del dólar americano como moneda de transacción

### **Oportunidades**

- Participación de pequeños y medianos productores.
- Tecnificación del cultivo, cosecha y post cosecha para aumentar la productividad

### **Debilidades**

- La distancia territorial entre Ecuador y Canadá aumenta el riesgo de pudrición de la fruta durante el transporte.

- El costo de embarque vía aérea es más costoso, por lo tanto, los precios deberán subir, esto le resta competitividad a la papaya ecuatoriana.

### **Amenazas**

- Crisis económica que deja el Covid-19.
- Falta de conocimientos de prácticas agrícolas en sectores rurales.

En conclusión, las tendencias en cuanto a la alimentación de la población canadiense junto con la presencia de inmigrantes asiáticos favorecen el crecimiento de demanda de papaya en esta región, el cual se abastece en un 81% con la oferta de tres países, de los cuales, México es el de mayor impacto con efecto a la calidad de producto y a la facilidad de distribución, asimismo tiene la capacidad de abastecer la futura demanda debido a las proyecciones de incremento de productividad; además, con el análisis FODA se evidencia la ventaja competitiva mexicana, además de las características ya mencionadas tiene clientes leales con intención de adaptarse en ajustes de precios de venta. Es así como, la oportunidad de posicionarse como empresa exportadora de papaya en Canadá es media porque se trata de un mercado que está abastecido.

## CAPITULO III

### ASPECTOS TÉCNICOS, LOGÍSTICOS Y FINANCIEROS PARA LA EXPORTACIÓN DE PAPAYA AL MERCADO CANADIENSE

En este capítulo se cuantificará la potencialidad de la exportación de papaya donde se analiza en primera instancia la historia diplomática entre Ecuador y Canadá para entender la importancia de la unión bilateral entre las dos naciones y las oportunidades comerciales establecida por acuerdos y tratados, además, se describirán los requisitos de exportación para determinar si la empresa está en posibilidades de adecuarse a estas exigencias, asimismo, se planificará la posible logística a utilizarse en la empresa en temas que comprenden el funcionamiento del proyecto, canales de distribución, estrategias de compra y venta al funcionar como empresa intermediaria y las tácticas que permiten el comercio justo con los pequeños y medianos productores. Para finalizar, se analizará el aspecto financiero mediante un desglose de flujo de caja como antecedente para calcular los indicadores financieros VAN y TIR, los mismos que cuantifican la viabilidad económica del proyecto en el plazo establecido (2020-2025).

#### **3.1. Antecedentes: Relación comercial Ecuador-Canadá**

Ecuador y Canadá mantienen relaciones diplomáticas bilaterales que funcionan como herramienta para facilitar el intercambio comercial (Smith, 1776) desde 1960 en temas que contemplan lo político, económico, social y personal. Desde el 2016 los acuerdos políticos entre ambas embajadas permiten que alrededor de 1.500 estudiantes universitarios se beneficien de becas totales y parciales ofrecidas por las escuelas y organismos canadienses (Canada International, 2020), lo cual aumenta el interés de la población ecuatoriana en buscar oportunidades en este país, ya sea para invertir, exportar, importar o asentarse como miembros de la población.

Asimismo, en cuanto a lo comercial, los tratados y acuerdos se enfocan en incentivar la prosperidad de ambas naciones a través de procedimientos que desarrollen el sector agrícola ecuatoriano mediante la Responsabilidad Social Empresarial (Government of Canada, 2019), en 2017 la Cámara de Comercio Ecuatoriano Canadiense, la misma que actúa como una institución gubernamental que facilita los medios de comercio internacional (Carrino, 2017), lanzó un programa que consta de 5 fases a

realizarse en los próximos 5 años desde la inauguración, es decir finaliza en 2022; este programa consiste en fortalecer la inversión privada canadiense en sectores estratégicos tales como agrícola, artesanal y ganadero (Government of Canada, 2019), el objetivo es trabajar en conjunto con el campesino ecuatoriano para producir productos con altos estándares de calidad; de tal modo que la CCEC capacita a las empresas y facilita las herramientas para la exportación, el programa consta con 70 miembros activos que se dedican a la producción de frutas tropicales, cacao, mariscos, rosas, cebada y lenteja; a finales del 2019 se estima enviar la primera carga de rosas y lenteja a Canadá a través de este programa (Canada International, 2020).

El flujo de la inversión extranjera directa (IED) entre Ecuador y Canadá es una herramienta para incentivar la creación de tratados y acuerdos comerciales que liberen el comercio exterior (Espín et.al., 2016) a la vez que fortalecen los lazos diplomáticos e impactan la economía y política social de cada país al ser fuente de generación de empleo (Córdova, 2016), a la vez que ayudan a afrontar las crisis económicas internas al actuar como un dinamizador de la economía. Como se evidencia en la tabla No. 12, desde el 2018 al 2019 el IED entre Ecuador-Canadá tuvo un aumento del 20%, con una participación del 82% en la explotación de minas y canteras, seguido con el 6% de servicios prestados a empresas y el 3% en servicios comunales y sociales y el resto del porcentaje se divide en la inversión de agricultura, comercio, construcción y electricidad.

Esta pequeña participación en la agricultura que representa menos del 0,3% del total es consecuencia de varios factores como la falta de un Tratado de Libre Comercio, el mismo que se encargaría de regular las cuotas arancelarias para atraer la integración económica de las partes con las que funcionan los mercados, de tal modo que, a través de un sistema económico liberal, un país se sustente en otro y desarrolle un mecanismo que favorece la estructura productiva (Romero, 2005); es por esto que, con el objetivo de fortalecer esta dinámica, la cancillería ecuatoriana y la embajada canadiense anunciaron a finales del 2019 las intenciones de trabajar en conjunto para la creación de un TLC que entraría en vigencia en 2023.

Tabla 12  
Flujo de IED de Canadá en Ecuador

Sector	2019
Explotación de minas y canteras	229.789
Servicios prestados a empresas	14.482
Servicios comunales y sociales	7.168
Electricidad, gas y agua	760
Construcción	90
Agricultura	20

Fuente: PROECUADOR  
Elaborado por: María José Granda  
\*En miles de USD

La balanza comercial es el resultado de la apertura de barreras comerciales externas (Ricardo, 1817), la misma que indica la relación del total entre exportaciones e importaciones de un país con otro, cuando las importaciones son mayores que las exportaciones, existe un déficit económico; por otro lado, cuando las exportaciones son mayores existe una ventaja económica, es decir entra más dinero al país del que sale (Domínguez, 2012), de tal modo que, favorece al desarrollo económico y político de un Estado al mismo tiempo que favorece la capacidad de negociación de una nación (Andrade, 1997).

Como se evidencia a continuación, en la tabla No. 13, por un lado, la importación de productos no petroleros desde Canadá representó un total de 234 millones de USD en 2019, con un crecimiento anual promedio en el periodo 2015-2019 del 47%, lo que beneficia al desarrollo del sector público y privado de este país; los productos mas comercializados son la semilla de trigo, lentejas y demás granos secos que se incluyen en este grupo, abono y productos químicos utilizados para el cultivo tales como fertilizantes e insecticidas (ProEcuador, 2020). Si bien las condiciones geográficas y climáticas canadiense le impiden producir alimentos, como se describió anteriormente, la mayor parte de productos importados están relacionados con el sector agrícola, esto es resultado de los avances tecnológicos y de investigación, lo que permite que Canadá sea el quinto mayor exportador de estos insumos a nivel mundial (WTO, 2019); es así que, desde una perspectiva ricardiana, un país especializado en la exportación de insumos primarios como Ecuador debe producir e invertir en la investigación científica y tecnológica de la materia prima y productos complementarios de la producción agrícola con el fin de maximizar ganancias.

Por otro lado, la exportación al mercado canadiense representó un total de 82 millones de USD en 2019; la comercialización de rosas frescas representa el 54% del total exportado, seguido por el 19% de brócoli congelado, 16% de langostinos, 5% de frutas y verduras frescas y el sobrante contemplan productos como mariscos y pulpa de fruta congelada, entre otros (INEG – MPCEIP, 2020). El índice de exportación anual del 2020 incrementó en un 3% en relación con el total del 2018 y un decrecimiento del 42% en relación con el índice del 2015; esto, según Zúñiga (2017) es el resultado de la pasividad diplomática, la misma que restringe la apertura de libre comercio entre ambos Estados e impide el equilibrio en la balanza comercial porque se crea un déficit comercial (Guillem, s.f.) donde otros países con capacidades de producción y ventaja comparativa similar a la nuestra tales como Colombia, Perú y Bolivia crean oportunidades comerciales bilaterales y maximizan las oportunidades de ofertar al mercado canadiense a través de la creación de asociaciones independientes de pequeños y medianos productores las cuales se encargan de capacitar en temas como calidad del producto, técnicas de cultivo y cosecha y financiamiento e inversión (Vélez, 2014), de tal modo que, el productor de los países vecinos tiene mas conocimiento y capacidad para producir un producto con altos estándares de calidad para exportación.

Es así como, la inexistencia de un Tratado de Libre Comercio actúa como una barrera comercial (Yépez, 1998) que reduce la oportunidad de ventaja comparativa y le resta competitividad a un Estado en el sistema internacional, en la tabla No. 13 se observa que el déficit en la balanza comercial en relación Ecuador-Canadá tiene un incremento en el periodo 2015-2019 del 13,7%, índice que perjudica el desarrollo de la economía ecuatoriana.

Tabla 13  
Balanza comercial de productos no petroleros Ecuador-Canadá

<b>Año</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Balanza Comercial</b>
<b>2015</b>	117	215	98
<b>2016</b>	78	115	97
<b>2017</b>	85	200	115
<b>2018</b>	85	220	135
<b>2019</b>	82	234	152

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: María José Granda

\*En miles de USD

## **3.2. Logística del comercio internacional**

### **3.2.1. Política arancelaria canadiense**

En 2005 Canadá implementó un sistema comercial internacional de *escalamiento arancelario*, el cual consiste en aplicar arancel cero a productos primarios no procesados (PROEXPORT, 2010), de tal modo que, la tarifa arancelaria incrementa de acuerdo con el nivel de manufactura de las mercancías; el objetivo de esta política es favorecer la participación comercial en el sistema internacional de los países en desarrollo donde el índice muestra que el 82% de exportaciones totales de estos países son productos agrícolas, ganaderos y agropecuarios (OMC, 2015), en virtud de la ventaja comparativa de estos sectores estratégicos, lo que incentiva a la especialización en producción y distribución de estos insumos (Ricardo, 1820).

En términos económicos, la consolidación de acceso del 85% de productos agrícolas (incluida la papaya) firmada por el Ministerio de Relaciones Exteriores ecuatoriano y la Embajada canadiense en 2014, permite el ingreso inmediato de exportaciones al territorio nórdico, lo que facilita la distribución y disminuye el riesgo de pudrición de las frutas y verduras, lo que es común en escenarios donde la mercancía debe esperar de 5 a 15 días para desembarcar, tiempo que toman los controles sanitarios del producto (TFO, 2015). Por lo tanto, dicho acuerdo de libre ingreso elimina las barreras comerciales y trae consigo beneficios económicos para el exportador e importador puesto que maximiza las ganancias netas y actúa como factor a beneficio en la competitividad (García, 1996).

### **3.2.2. Requisitos de ingreso y salida**

Canadá, como miembro de la OMC y manejar una política de liberalismo económicos, se ajusta a las políticas de comercio exterior establecidas por esta organización en cuanto a las medidas técnicas, logísticas, sanitarias y fitosanitarias que el exportador debe cumplir antes de ingresar a este mercado, por ende, estos requisitos no arancelarios incluyen licencias de salida del país de origen, requerimientos de calidad e inspecciones de cultivo y precios (Siicex, 2016); los requisitos para la exportación de papaya al mercado canadiense se enlistan a continuación:

- Certificado de origen: Este formulario evidencia el lugar de producción de la mercancía, de esta forma se aplican los aranceles establecidos por la ley canadiense; en el caso de la papaya, el arancel es cero si el lugar de origen es Ecuador.
- Factura comercial: en este formulario se detalla el volumen de mercancía exportada, así como los precios desglosados, forma de pago, número de unidades, descripción particular del bien y condiciones de compra y venta.
- Certificados de inspección: este tipo de certificados garantizan la calidad y medidas sanitarias y fitosanitarias del producto, la política de comercio exterior de la OMC establece que estos deben regirse a los sistemas de HACCAP, ISO 9001, ISO 22000 e ISO 14.000.
  - El sistema HACCAP es un control sanitario en cuanto a la inocuidad de alimentos, este sistema actúa de forma preventiva, es decir, se enfoca en el cuidado del bien durante la producción a través de medidas de equipamiento, capacitaciones de producción y utilización de parámetros internacionales aprobados por la OMC tales como control de toxicidad en abonos e insecticidas, control de impacto ambiental y control en sistemas externos que afectan de manera directa al producto final como sistemas de riego (OPS, 2020).
  - La certificación ISO 9001 se basa en una serie de principios que buscan garantizar la calidad del producto desde un enfoque de responsabilidad social empresarial (ISO ORG, 2017) para estimular la mejora de su desempeño ambiental y social a través de iniciativas voluntarias (Celis et. al., 2017) con una perspectiva de inclusión y justicia con todos los miembros de la cadena de producción y comercialización del producto, en el caso del proyecto planteado en este estudio, esta certificación es una garantía de que los pequeños y medianos productores de papaya trabajen bajo un sistema de comercio justo donde el exportador se encargue de motivar, capacitar y velar por el desarrollo de estos actores (Vélez, 2014). Si bien este certificado no es de carácter obligatorio en el mercado internacional, el 68% de empresas importadoras de frutas y verduras prefieren hacer negocios con empresas que tengan el certificado ISO 9001 (Government of Canada 2020), por ende, las prácticas logísticas que se explican en el siguiente subtema aumenta la competitividad de la posible empresa que se plante en este proyecto.

- El certificado ISO 22.000 se aplica en todas las empresas exportadoras de alimentos primarios y procesados, a través del cual se busca garantizar la seguridad alimentaria con la aplicación de medidas que regulan todas las actividades del sistema de producción, desde la siembra hasta la cosecha, empaquetado y distribución, además se apega al código de higiene establecido por la OMC en cuanto a alimentos de exportación; asimismo, el sistema ISO 22000 exige que las empresas presenten un plan de prevención de riesgo al comprador (PECB, 2014).
- El certificado ISO 14.000 es un sistema de gestión ambiental que se enfoca en la creación de medidas proteccionistas, las mismas que buscan garantizar la estabilidad de producción responsable y actúa con una herramienta de interés para los inversionistas externos (ISO ORG, 2020). Este certificado garantiza al comprador que la empresa se compromete a mejorar las prácticas agrícolas y a investigar sobre métodos para disminuir la contaminación de tierra, aire y ríos; asimismo, es una forma organizada de crear competitividad y prestigio en el mercado internacional, lo que favorece a la ventaja comparativa del país y al desarrollo económico (Guillem, s.f.), mientras más prestigio tiene una empresa, el comprador tendrá mayor interés por formar una alianza comercial, por lo tanto la flexibilidad de precios favorece al exportador. El certificado ISO 14.000 no garantiza que los productos sean 100% orgánicos (Andrade, 2015), sino que la empresa cuenta con un plan ambientalista a mediano y largo plazo donde se compromete a perfeccionar de forma paulatina la metodología, a la vez que crea un equilibrio entre el libre comercio y el bien social y económico de los productores, proveedores y terciarios (Vélez, 2014).

Además de los certificados obligatorios para el ingreso de mercancía a Canadá, el gobierno ecuatoriano exige la obtención de documentos para validar la salida del producto, los mismo que se tramitan en entidades públicas donde el proceso lleva menor tiempo que los requisitos de ingreso a otro país (1-7 días); a continuación, se detallan los requisitos de salida con las respectivas entidades responsables del trámite.

- Declaración Aduanera de Exportación (DAE): Formulario donde se registran las exportaciones, partida arancelaria cantidad, volumen, información de exportador donde consta el RUC, código de origen y distrito (MPCEIP, 2015).

**Entidad encargada:** SENA

- Certificado de Origen: Certifica que el producto es originario de Ecuador, se debe especificar las provincias donde se produce y se realiza el proceso de pos cosecha tales como etiquetado, empaque y seriado (MPCEIP, 2015).

**Entidad encargada:** Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

- Certificado Fitosanitario: Certifica que el cultivo, cosecha y pos cosecha se realizaron bajo estándares que verifican la no contaminación del producto, este certificado se entrega en los puertos (MPCEIP, 2015).

**Entidad encargada:** Agro Calidad

- Declaración Jurada de Origen: Este documento certifica que el producto a exportarse es hecho por ecuatorianos, con materiales y recursos del país, este certificado se implementó con el fin de incentivar el uso de mano de obra campesina (MPCEIP, 2015).

**Entidad encargada:** Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

- Guía de remisión: Este certificado sustenta la comercialización externa de mercancía donde consta la información financiera del exportador, razón social de la empresa, declaración aduanera, identificación de punto de llegada y la empresa destinataria (MPCEIP, 2015).

**Entidad encargada:** SRI

- Air WayBill: Este es un documento de carácter obligatorio para las empresas que transporten mercancía territorio internacional, el mismo que permite al gobierno rastrear el embarque en cualquier momento, además a través de este certificado el gobierno nacional o del país de destino tiene autorización para hacer controles rutinarios (MPCEIP, 2015).

**Entidad encargada:** La empresa contratada para el transporte tiene la obligación de proveer esta documentación

- Certificado de Firma Digital: Este documento se utiliza para certificar la identidad del exportador y es válida para legalizar documentación de carácter jurídico internacional (MPCEIP, 2015)

**Entidad encargada:** Registro Civil Fuente

Asimismo, es común que el consumidor canadiense verifique la etiqueta del producto antes de realizar la compra para verificar el lugar de procedencia, según un estudio sobre el consumo de frutas y verduras frescas en Canadá realizado por el gobierno canadiense en 2016, el 85% de consumidores canadienses revisan el etiquetado y el 67% prefieren adquirir frutas y verduras de procedencia hispana con motivo que los alimentos de esta región tienen reputación de calidad y variedad; en apariencia esta característica beneficiaría la exportación de papaya desde Ecuador, sin embargo se recalca que el 90% de papaya importada en Canadá es de origen de regiones de América Central y del Sur (Statistics Canada, 2020), de tal modo que este factor no aumenta la competitividad de la papaya ecuatoriana en este mercado, dada la importancia de etiquetado en alimentos frescos, el gobierno canadiense exige medidas generales en cuanto al empaque del mismo, las cuales incluyen:

- Nombre comercial del producto en inglés y francés, en cuánto a la papaya, se la traduce en inglés como *papaya* o *papaw* y en francés como *papaye*.
- Especificar la variedad de papaya.
- Peso neto de la unidad.
- País de origen.
- Número de serie de producción.
- Tiempo máximo de consumo.
- Temperatura de almacenaje y formas de uso (opcional).
- Las cajas deben ser de 9 a 18 unidades para mayor facilidad de transporte (Dávila, 2013).

### **3.2.3. Consideraciones legales para la creación de la empresa**

Los requisitos para constituir de forma legal una empresa en Ecuador y gozar de los derechos y obligaciones constituidas por la Superintendencia de Compañías son:

1. Presentar el nombre, ficha de resumen y tipo de empresa.
2. Elaboración de minuta y escritura.
3. Acreditación de un notario.
4. Inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con los datos del dueño de empresa o un representante legal.

5. Inscripción de empresa en la Superintendencia de Compañías.
6. Obtención del Registro Único de Contribuyente (LexPro, 2020).

#### **3.2.4. Procedimiento logístico del transporte y embarque**

El puerto de Guayaquil es el punto de embarque de la mercancía porque está próximo a las plantaciones y la planta de empaque, además, este puerto es el segundo más seguro del país en cuanto a la adecuación para alimentos frescos al tener 213 puntos acondicionados para el almacenamiento (Crow, 2016). El puerto de Toronto es el punto destino, al estar ubicado en una zona estratégica para la distribución de mercancía a nivel nacional, el 62,5% de importadores de frutas y verduras prefieren desembarcar allí por factores como el acondicionamiento tecnológico, facilidad de desembarque por la automatización y las normas de protección para el medio ambiente (Revista Cision, 2020).

La empresa naviera a la que se solicitó la cotización del transporte marítimo es iContainers, la cual detalló que el precio de un contenedor refrigerado de 20 pies, con capacidad de 11 pallets europeos de 80x120 cm. es de \$3.000 USD desde el puerto de Guayaquil hasta Toronto, la ruta dura de 15 a 20 días, depende de los controles aduaneros e inspección de mercancía; asimismo, iContainers establece el siguiente procedimiento de embarque:

1. Pedida del contenedor vacío: el exportador debe pedir con un mínimo de 2 meses de anticipación el contenedor, detallar la medida, características y capacidad y el uso destinado; para el proyecto que se plantea en este estudio el contenedor es refrigerado estándar, de medidas:  
**Largo:** 12 m.  
**Ancho:** 2.4 m.  
**Alto:** 2.8 m.
2. Admisión del contenedor en el puerto: cuando el contenedor llega al puerto, la aduana revisa en interior para verificar que no exista alguna anomalía (Duran, 2014).
3. Verificación de documentación: antes de llenar el contenedor, los agentes de aduana y la empresa naviera solicitan los papeles que verifiquen la validez y legalidad de la carga, se solicita al exportador presentar: certificado de origen, factura comercial, guía de remisión y certificado fitosanitario (Duran, 2014).

4. Carga y sellado: una vez cargada la mercancía, se procede a una inspección final del producto para verificar que parta en buen estado, además el exportador tiene la opción de fumigar para evitar la propagación de bacterias durante el transporte (Duran, 2014).
5. Ingreso al puerto de Toronto: en esta etapa la empresa naviera tiene la obligación de presentar la documentación en la aduana canadiense, lo que incluye Bill of Landing, certificado de origen, factura comercial y certificado fitosanitario (Duran, 2014).

En este proyecto se utilizará el Incoterm CIF, en inglés “Cost, Insurance and Freight” traducido a español como costo, seguro y flete el cual es exclusivo para el transporte marítimo, bajo este sistema el exportador cubre los costos y contratación de transporte vial desde la planta de empaquetado hasta el embarque en el puerto de origen y los costes marítimos desde Guayaquil hasta el puerto destino, Toronto (iContainers, 2020). En consecuencia, las obligaciones del exportador e importador son:

#### **Exportador**

- Entrega de mercancía.
- Gastos normales y extraordinarios del transporte, hasta que llegue al puerto destino.
- Tramitación en la aduana ecuatoriana y canadiense.
- Seguro de flete y mercancía (iContainers, 2020)

#### **Importador**

- Pago de mercancía.
- Gastos de llegada (impuestos en el país, aranceles).
- Transporte interno de la mercancía (iContainers, 2020).

### **3.3. Perfil del proyecto**

El perfil de proyecto es una descripción simplificada de una propuesta que se planea ejecutar a corto y mediano plazo, el objetivo es dar una primera estimación sobre las actividades involucradas en la ejecución, además de la inversión total requerida, costos y la proyección de los posibles ingresos, esto tiene fin de filtrar datos con información básica de viabilidad que determina si vale la pena invertir recursos en un proyecto

detallado del proyecto o si bien, se concluye la no viabilidad del mismo (FAO, 2016); acorde a Insaforp (2019) el perfil de proyecto debe incluir:

- Antecedentes del proyecto: aquí se busca identificar las necesidades que se pretende resolver, los beneficiarios y el impacto social.
- Estudios anteriores: en esta etapa se establece la misión, visión y valores del proyecto.
- Aspectos técnicos: en esta etapa se describen las características del proyecto y se introducen los procesos técnicos necesarios, así como las herramientas requeridas para la ejecución.
- Aspectos financieros: tabulación de costos para la implementación y fuentes de financiamiento.
- Evaluación financiera y riesgos

### **3.3.1. Antecedentes del proyecto**

#### **Nombre tentativo de empresa: ExpoFruit**

La idea principal de este proyecto es reunir a pequeños y medianos productores de papaya para crear un espacio comercial con prácticas de responsabilidad social empresarial de comercio justo y consciente a fin de promover los principios de la Economía Popular y Solidaria en la cual la distribución de ganancias debe tener un equilibrio entre productores y vendedores donde se incentiva la participación de campesinos agrícolas a través de capacitaciones logísticas y coaching financiero (Vélez, 2014); es así como, la empresa exportadora propuesta en este análisis actúa como comprador en el mercado interno y vendedor en el mercado internacional, factor que la convierte en agente de desarrollo productivo y económico nacional (Smith, 1776); para esto, el producto debe ser adecuado en términos de empaque, etiquetas e inspección de calidad, estándares necesarios para la exportación.

El principal problema que se pretende enfrentar a través de esta tentativa de negocio es evitar el desecho de fruta que se produce anualmente por factores como la acumulación de producto y la desventaja de costos que tienen los productores frente a los intermediarios, detalles que se explican en el capítulo 1 sobre la producción y

comercialización de papaya en Ecuador; a través de este sistema logístico de compra y venta se busca ganar espacio en el mercado externo y, en consecuencia, favorecer la participación de la economía ecuatoriana y dinamizar la balanza comercial entre Canadá-Ecuador, la misma que tiene un índice negativo el cual se señala en el subtema anterior.

Los beneficiarios de esta proyecto son los pequeños y medianos productores debido a su participación como proveedores de papaya, se benefician de forma directa al ser actores del sistema de comercio exterior, se busca mejorar la productividad a través de metodologías amigables e incentivar la propagación de sus cultivos; asimismo, el beneficiario directo es el exportador, quien recibe las ganancias netas totales y debe distribuirlas a través de un sistema de comercio justo, donde se alcance el objetivo de ingresos deseados a la vez que satisface las necesidades comerciales de los proveedores; además, el estado ecuatoriano es un beneficiario indirecto porque la exportación de papaya al mercado canadiense permite crear variables positivas en la balanza comercial Ecuador-Canadá (Guillem, s.f.).

El impacto social de este proyecto se basa en mejorar la condición de vida de campesinos, incentivar la participación en la agricultura como fuente de ingresos y mejorar las prácticas de cultivo para estar en capacidad de expandir esta actividad; asimismo, crear un espacio de intercambio comercial que respete los derechos y obligaciones de los actores, basándose en los principios de la Economía Popular y Solidaria sin dejar de lado la visión comercial liberal.

### **3.3.2. Estudios anteriores**

**Misión:** satisfacer las necesidades de los consumidores con productos de altos estándares de calidad y prácticas de comercio justo, a la vez contribuir con el desarrollo individual y colectivo de pequeños y medianos productores.

**Visión:** ser una empresa exportadora de papaya que se caracterice por incluir prácticas empresariales responsables en el mercado interno y externo y garantice la innovación tecnológica para maximizar la productividad y contrarrestar los efectos dañinos al medio ambiente.

**Valores:** Respeto, lealtad, compromiso, calidad de producto, bienestar de las comunidades y ambiental.

### **3.3.3. Aspectos técnicos**

El estudio técnico es la etapa donde se analiza la disponibilidad de recursos para la producción de un bien o servicio, además se analiza las características logísticas como la localización, tamaño y características operativas del proyecto, esto con el fin de tener un antecedente para la valorización económica de los recursos necesarios (UNAM, s.f.)

#### **Abastecimiento de papaya**

En este proyecto se plantea enviar 1 contenedor cargado con 500 cajas de 9 unidades de papaya cada 30 días, de tal modo que, se necesita 4.500 papayas por lote y 54.000 anual (sin tomar en cuenta el incremento de volumen anual expresado en la tabla No. 21); para esto, se planifica contar con la participación de al menos 6 pequeños y medianos productores, quienes tenga de entre 0.5 a 3 hectáreas de papaya, lo que equivale a una capacidad promedio de cosecha de 17,5 TM de papaya maradol por mes (10 toneladas por hectárea) y 210 TM por año; la materia prima en cuanto a papaya que se necesita para cumplir con el objetivo de exportación de este proyecto es de 132 TM anual, monto que incluye las 500 cajas mensuales.

Como se mencionó, los agricultores proveedores deben tener un mínimo de 0,3 hectáreas, el productor de 2 hectáreas de papaya en el cantón El Triunfo, Francisco Parra, menciona que para una cosecha que represente ganancia económica, el campesino debe cultivar al menos 850 plantas, de este modo garantiza un aceptable volumen de cosecha, la cual atrae a los intermediarios, dicho de otro modo, el 10% de fruta se desecha por condiciones naturales, que según el entrevistado son inevitables por la vulnerabilidad de la piel de la fruta y forman parte del proceso de cultivo de papaya, entonces, cultivar un mínimo de 850 plantas permite tener un volumen aceptable para ofertar en el mercado, caso contrario, el volumen es bajo y no atrae a los intermediarios, en estos casos, los campesinos que tienen menos de 850 plantas suelen vender de forma directa en mercados locales.

La logística de compra de papaya para este proyecto se basa en un proceso donde la empresa ExpoFruit compra promedio de 11 TM de papaya cada 28 días a todos los productores, quienes se comprometen a entregar una fruta con calidad de exportación a cambio de un precio justo y estable, además, los proveedores deben tener conocimiento previo en las técnicas del cultivo de papaya.

Después de tomar en cuenta la información del entrevistados se calcula que la cosecha anual promedio de papaya maradol en 1 hectárea de terreno es 25 toneladas, por lo tanto, si se proyecta enviar 12 contenedores anuales con capacidad de 11 TM cada uno, es necesario exportar 132 TM anual de papaya al mercado canadiense, la compra de papaya a los intermediarios representaría un total de 132 TM anual. La logística de compra de papaya se basará en fijar un precio estable de \$0,65 ctvs./kilo, el mismo que no está sujeto a cambios, el beneficio de esto es garantizar al productor una estabilidad financiera donde los factores externos como baja de demanda no afectan el precio final del producto. Por otro lado, el precio promedio de la papaya tipo Maradol en el mercado canadiense se oferta en \$2,70 USD/kilo (Tridge, 2020), un 375% más del precio de compra a nivel interno.

### **Localización de la planta**

La localización de la planta de empaque debe estar de acuerdo con las facilidades de la localización del cultivo, de manera que el transporte se desarrolle con mayor facilidad y al mejor costo, asimismo, debe tomarse en cuenta la distancia entre la planta y el puerto marítimo; es así que, la localización del proyecto será en el cantón Milagro, ubicado a 20 km. del cantón Naranjito y 52 km. del cantón Bucay, la distancia entre la planta y el puerto marítimo es de 57.5 km.

### **Actividades para realizar en la planta**

La planta contará con estaciones especializadas en cada etapa de pos-cosecha a fin de garantizar la higiene y conservación de la fruta hasta el punto final, el terreno para la construcción será de 3.000 metros; el proceso de empaquetado consta de las siguientes etapas:

1. Recepción: la fruta es recibida en tanques de cloro para desinfectar y evitar la proliferación de bacterias (Rodriguez et. al., 2014).
2. Lavado: puede ser de forma manual o automática, sin embargo, debido a la vulnerabilidad de la fruta se recomienda utilizar una máquina de cepillado industrial ideal para tratar frutas de corteza delicada, en esta etapa la fruta debe quedar 100% libre de suciedad (Rodriguez et. al., 2014).
3. Primer control de calidad: en esta se desecha las frutas que estén en mal estado, las que siguen deben estar en una perfecta condición fisiológica (Rodriguez et. al., 2014).
4. Tratamiento insecticida: se sumerge la fruta en un contenedor de agua y cloro a una temperatura de entre 42 a 50 grados por 25 minutos (Rodriguez et. al., 2014).
5. Escurrido y encerado: después del tratamiento técnico, la fruta pasa a un rodillo hasta que se seque, después de forma manual se limpia con toallas con cera orgánica para darle un mejor aspecto (Rodriguez et. al., 2014).
6. Clasificación: se divide la fruta en 3 categorías, de acuerdo con el tamaño y nivel de maduración, la primera categoría corresponde a la fruta de entre 4-5 lbs, la segunda de entre 5-6 y la tercera de entre 6-7 lbs. (Rodriguez et. al., 2014).
7. Embalaje: protege a la fruta de golpes durante en transporte y posibles daños mecánicos, debe realizarse de tal modo que la fruta quede inmóvil en la caja, para esto se utiliza de seda para envolver cada unidad, las características de la caja de empaque son:  
Material: cartón de triple capa  
Peso: 20-24 kilos  
Capacidad: 6-9 unidades  
Largo: 43 cm  
Ancho: 38 cm  
Altura: 33 cm  
Orificios de ventilación: 15% de la caja (Espinoza, 2015)
8. Almacenamiento: las cajas deben ser almacenadas en cuartos fríos de entre 9 a 10 grados para evitar la maduración prematura de la fruta (Jimenez, 2002), la papaya debe estar a esta temperatura desde que la etapa de empaque hasta que lleguen al puerto destino, de tal modo que el transporte interno debe realizarse en contenedores ambientados.
9. Distribución: la mercancía será transportada en vía terrestre hasta el puerto marítimo de Guayaquil.

### **3.3.4. Análisis de inversión**

La inversión es una actividad económica cuyo objetivo es recuperar el capital y generar ganancias a corto o mediano plazo, a fin de analizar la rentabilidad, es necesario detallar los costos productivos de la actividad en cuestión (Ceupe, 2020), este análisis es el primer paso para extraer datos para los cálculos financieros, deben ser precisos y con fundamento para sustentar los montos proyectados; a continuación, se desglosan los costos del proyecto para determinar la inversión inicial, la misma que incluye:

- Construcción
- Equipamiento
- Mantenimiento
- Gastos del primer año de operación
- Imprevistos

Vale la pena recalcar que los costos son aproximados, sin tomar en cuenta la inflación imprevista del mercado, sin embargo, en este tipo de análisis financiero es válido este método.

Tabla 14  
Activos Fijos

<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Terreno	1	12.000	12.000
Construcción	1	15.000	15.000
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Tanques de lavado	3	600	1.800
Area de escurrido y secado	2	450	1.300
Refrigeración	3	1.000	3.500
Estibas	40	150	5.000
Mesas de empaque	4	800	3.200
Desinfectante	40 lts.	2,5	100
Caldera	2	900	1.800
<b>Equipo de oficina</b>			
Telefax	3	150	450
Teléfono	2	35	70
Celular	4	400	1.375
Computadora	3	700	1.875
Impresora	2	500	1.000
<b>Muebles y enseres</b>			
Mesas	3	100	300
Sillas	8	25	200
Counter	2	100	200
<b>Total</b>			<b>49.170</b>

Fuente: Ecuapack  
Elaborado por: María José Granda

Tabla 15  
Gastos

<b>Concepto</b>	<b>Gasto Mensual</b>	<b>Gasto Anual</b>
Trámites legales		300
Constitución de compañía		450
Permisos de exportar		300
Permiso municipal		150
Mano de obra directa	2.000	24.000
Insumos	500	6.000
Servicios Administrativos	1.300	15.600
<b>Servicios Básicos</b>		
Agua potable	66	800
Luz eléctrica	166	2.000
Internet	28	336
<b>Servicios Profesionales</b>		
Marketing y publicidad	835	6.000
Servicio contable	250	3.000
Relaciones Internacionales	208	2.496
Mantenimiento de Equipo	60	720
Varios		200
<b>Total</b>		<b>62352</b>

Fuente: Ministerio del Exterior, PROCOMER & Grupodex  
Elaborado por: María José Granda

Tabla 16  
Gastos Transporte

<b>Concepto</b>	<b>Gasto Mensual</b>	<b>Gasto Anual</b>
Flete marítimo	3.000	36.000
Seguro de mercancía	250	3.000
<b>Flete terrestre</b>		
Cultivo-planta	350	4.200
Planta-puerto	600	7.200
<b>Total</b>	<b>4.200</b>	<b>50.400</b>

Fuente: iContainers & Infri Ltda.  
Elaborado por: María José Granda

Tabla 17  
Materia Prima

Concepto	Unidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papaya Maradol	4.500	0,65	2.925	35.100
Cajas de cartón	500	0,2	100	1.200,0
Papel de seda	400 mts.	1,2	480	5.760,0
Grapas	150 mts.	2,5	375	4.500
Etiquetas	4.500	0,03	135	1.620
<b>Total</b>			<b>3435</b>	<b>48.180,0</b>

Fuente: Cartón S.A.  
Elaborado por: María José Granda

Tabla 18  
Costo de producción por caja (9 papayas)

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo por caja
Papaya Maradol	9	0,65	5,85
Cajas de cartón	1	0,20	0,20
Papel de seda	0,8	1,20	0,96
Grapas	0,3	2,50	0,83
Etiquetas	9	0,03	0,27
Gastos COMEX			8,40
Servicios Básicos		0,01	0,12
<b>Total</b>		<b>4,59</b>	<b>23,69</b>

Fuente: elaboración propia

El costo de producción por caja expresado en la tabla No. 18 se calculó a partir del total de gastos que se necesitan para producir las 500 cajas por contenedor, por ende, se dividió el total para cada una; el valor de costo por caja permite calcular la utilidad bruta en comparación con el precio de venta.

Tabla 19  
Inversión Inicial

Concepto	Monto
Costo	142.155
Capital	62.352
Activos	49.170
<b>Total</b>	<b>253.677</b>

Elaborado por: María José Granda

Como se observa en la tabla 19, la inversión inicial para el monte y operación de planta durante los primeros 12 meses es de \$257.677 USD, el mismo que incluye el costo de producción de las 6.000 cajas que se exportará en los 12 primeros meses, el capital necesario para cubrir los gastos de operación que se detallan en las tablas No. 16 y 17 y los activos de la tabla No.15

### **3.3.5.       Financiamiento**

Después de detallar los costos del proyecto, se calcula que la inversión total para la construcción y el primer año de funcionamiento de la empresa es \$253.677 USD, este monto será financiado en un 21% con capital propio (53.677 USD) y el restante (200.000 USD) con un préstamo de la CFN, el mismo que tiene un interés del 10% con 2 años de gracia. El financiamiento adquirido por la entidad bancaria será destinado a la construcción de la planta y compra de equipo, mientras que el capital propio para la compra de materia prima; además, \$4.000 USD extras con capital del inversor serán registrados en el saldo de caja para cubrir imprevistos en el primer año.

## **3.4.       Indicadores Financieros**

### **3.4.1.       Estado de resultados**

El Estado de resultados o informe de pérdidas y ganancias demuestra el flujo de ingresos y egresos en un periodo determinado de una entidad lucrativa o bien, de un proyecto; aquí se detallan los costos y gastos relativos, además de los ajustes que se realizaron para alcanzar los logros de utilidad, siempre y cuando se basen en hechos justificables. Este informe actúa como herramienta para los inversores al momento de evaluar la rentabilidad de empresa, el potencial de crédito, el flujo de efectivo y la repartición de dividendos (Universidad Veracruzana, s.f.)

Tabla 20  
P&G

Unidad de Medida CAJAS			10 %	12 %	14 %	15 %
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen		6.000	6.600	7.392	8.427	9.692
Venta Unitaria		58,50	58,50	58,50	58,50	58,50
Costo Unitario		23,69	23,88	23,89	23,91	23,92
Utilidad Bruta		34,81	34,62	34,61	34,59	34,58
<b>P&amp;G</b>						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta		351.000	386.100	432.432	492.980	566.982
Costo de Venta	-	142.155	157.621	176.624	201.455	231.812
<b>GROSS PROFIT</b>		<b>208.845</b>	<b>228.479</b>	<b>255.808</b>	<b>291.524</b>	<b>335.170</b>
Gastos Administrativos	-	62.352	78.251	86.018	93.439	96.191
<b>EBITDA</b>		<b>146.493</b>	<b>150.228</b>	<b>169.790</b>	<b>198.085</b>	<b>238.979</b>
Depreciación		-	4.114	4.114	4.114	4.114
<b>EBIT</b>		<b>146.493</b>	<b>146.114</b>	<b>165.676</b>	<b>193.971</b>	<b>234.865</b>
Intereses Pagados		-	-	6.667	6.667	6.667
<b>EBT</b>		<b>146.493</b>	<b>146.114</b>	<b>159.009</b>	<b>187.305</b>	<b>228.199</b>
15% Utilidades	-	21.974	21.917	23.851	28.096	34.230
25% Impuesto Renta	-	42.117	42.008	45.715	53.850	65.607
<b>NET PROFIT</b>		<b>82.402</b>	<b>82.189</b>	<b>89.443</b>	<b>105.359</b>	<b>128.362</b>
<b>FREE CASH FLOW</b>						
<b>Utilidad Neta</b>	-	82.402	82.189	89.443	105.359	128.362
Depreciaciones reversadas	-	-	4.114	4.114	4.114	4.114
Variación en Capital de Trabajo	-	5.542	1.003	633	1.715	10.162
Inversión Capital de Trabajo	-	204.507				
Inversión Activos	-	49.170	0	0	0	0
Pre Debt Servicing Cash Flow	-	253.677	87.944	87.306	94.190	111.188
Capital Propio		57.677				
Préstamo CFN		200.000		66.667	66.667	66.667
Pago Utilidades			21.974	21.917	23.851	28.096
Pago Impuesto Renta			42.117	42.008	45.715	53.850
Net Cashflow		87.944	23.215	36.401	25.045	5.975
<b>Closing Cash Balance</b>	<b>4.000</b>	<b>87.944</b>	<b>111.159</b>	<b>74.758</b>	<b>49.713</b>	<b>43.738</b>

La tabla No. 20 evidencia el Estado de Pérdidas y Ganancias, el cual fue calculado con una proyección de crecimiento en cuanto al volumen de exportación de cajas de papaya anual del 10, 12, 14 y 15 por ciento respectivamente; la cual se justifica con el incremento de demanda de esta fruta proyectada por los organismos gubernamentales canadienses, análisis que se explica en el capítulo II; además, también se proyecta un incremento anual en cuanto al precio de venta por caja, lo cual se justifica con la inflación de insumos primarios en el mercado internacional. De este modo, la utilidad neta del primer año de operación de la empresa es de 82.402 USD y el cierre de flujo de caja de 87.944 USD, desde el tercer año, empieza a debitarse el pago del préstamo, por lo tanto se reduce el valor del CCB.

### 3.4.2. Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

El Valor Actual Neto es un indicador financiero que se utiliza para calcular la viabilidad de un proyecto a través del flujo de caja, el objetivo de este fundamento es

cuantificar la ganancia después de tomar en cuenta los egresos de operatividad y activos fijos (Universidad Esan, 2017); el VAN se interpreta de la siguiente manera:

- Criterio de aceptación: Cuando el Valor Actual Neto es mayor o igual a 0 el proyecto tiene viabilidad económica, según la interpretación de este caso, los valores indican que el negocio no solo justifica la deuda, sino que tiene sobrante a favor (Mete, 2014).
- Criterio de negación: Cuando el resultado es menor a 0 el proyecto genera pérdidas, esta situación evidencia que, desde un enfoque cuantitativo, se debe rechazar el proyecto o modificar los valores (Mete, 2014).

La Tasa Interna de Retorno es otro criterio que utilizan los inversores para determinar la viabilidad del proyecto a mediano y largo plazo, este método utiliza el flujo interno de efectivo para proyectar el rendimiento, es decir no se toma en cuenta los factores externos que podrían afectar al fondo invertido; el objetivo de este indicador es medir el rendimiento interno del dinero en un periodo determinado (Mete, 2014).

El VAN calculado en el proyecto es de 48.707, lo que significa que este es el valor de ganancia neta para el inversionista en un periodo de 5 años, después de pagar la deuda y cubrir los gastos, asimismo la TIR es del 16%

Para finalizar, este capítulo sugiere que la relación comercial bilateral entre Ecuador-Canadá se fortaleció con la apertura canadiense a los inmigrantes latinoamericanos y al interés del país nórdico por fortalecer lazos comerciales con países de producción primaria, de tal manera que, maneja una política de arancel cero en cuanto a los productos no manufacturados; esta condición favorece la viabilidad de este proyecto e incentiva la exportación de frutas tropicales en este mercado. Asimismo, se concluye que el comprador canadiense se apega a un sistema de compraventa con estándares de comercio justo que garantice el bienestar de los pequeños y medianos productores, otro factor que favorece a la competitividad de este proyecto al incluir la participación de campesinos locales bajo un sistema de compra estable.

La política arancelaria canadiense y los requisitos del comprador sugieren que la logística del proyecto debe maximizar recursos y adecuar el proceso de pos cosecha para

ofertar un producto con altos estándares de calidad, en consecuencia, la inversión inicial de este proyecto es de \$253.577 USD, monto que cubre los activos fijos para la construcción y equipamiento de la planta empacadora, el costo de producción del bien y los gastos del primer año para garantizar el funcionamiento del proyecto. Después de cuantificar la viabilidad económica de la empresa mediante los indicadores de Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno se concluye que, en términos financieros, el proyecto es viable en vista que se perciben ganancias después de contemplar el pago de deuda, intereses, utilidades y gastos.

## VI. ANALISIS

La papaya es la tercera fruta tropical más consumida a nivel mundial por su valor nutricional y a los diversos usos que se le atribuye en el campo culinario como ingrediente exclusivo en platos de alta cocina, farmacéutico como componente de medicina digestiva y estético, al funcionar como exfoliante y activo hidratante en la piel; es así como, la popularización de su consumo en países industrializados incentiva al cultivo y exportación, la misma que se concentra en un 99% en países en vías de desarrollo, en específico en zonas tropicales y subtropicales de América Latina y Asia.

El clima tropical y la ubicación geográfica de la costa ecuatoriana, en especial de las provincias de Manabí, Guayas, Los Ríos y Santo Domingo favorecen el crecimiento de cultivo como efecto a las condiciones óptimas en cuanto al suelo, iluminación y humedad, factores que maximizan la productividad local, la misma que puede alcanzar niveles de cultivo de hasta 10 toneladas métricas por hectárea, después de tomar en cuenta el desecho común del 10% de fruta por factores naturales e inevitables como cambio de clima, inundaciones y enfermedades comunes en este tipo de cultivo.

Además de la ventaja climática para la producción de papaya en Ecuador, el análisis de los factores externos donde se estudió de manera general la posible influencia de los agentes políticos del país, indaga que, el Gobierno ecuatoriano, a través de la implementación de políticas agrícolas, financiamiento para pequeños y medianos productores y capacitación técnica de cultivo incentiva la participación de campesinos en la producción de frutas tropicales, al ser las de mayor interés en el mercado internacional por la exclusividad que se le atribuye; asimismo, la experiencia del campesino ecuatoriano en cuanto al cultivo de papaya le permite la cosecha constante de frutos con altos estándares de calidad.

Como se mencionó, la popularización de papaya en el mundo se le atribuye a los beneficios que esta posee, sin embargo, cuando se habla del mercado canadiense, a este factor se suma la influencia cultural migratoria latinoamericana y asiática, donde el 55% del consumo abarca la comunidad asiática y asiático-canadiense al considerarla como alimento tradicional en su dieta, por otro lado, el consumidor canadiense considera la

papaya como un símbolo de exclusividad y poder adquisitivo porque se consigue en supermercados a cambio de un alto precio que va en promedio de \$2,70 USD por kilo.

En el estudio de mercado se analiza que México es el principal exportador de papaya en Canadá con el 58% de oferta en el mercado, la papaya mexicana es conocida por la calidad del fruto y el sabor, además la cercanía territorial con Canada facilita la exportación de tal modo que se puede entregar los contenedores en los puertos canadienses en un lapso de entre 3 a 4 días, lo que significa menor costo de transporte marítimo y sistemas de enfriamiento para la conservación, asimismo el estudio resalta la capacidad agrícola mexicana para el incremento de producción de papaya en un 30% hasta el 2028.

En cuanto a la demanda, en el estudio de mercado se observa que el comprador de papaya canadiense escoge productos con certificados de producción justa debido a los principios culturales de igualdad que se promueven en la población canadiense, de tal modo que se promueva el bienestar económico de todos los miembros de la cadena logística comercial, con un enfoque en pequeños y medianos productores, asimismo, se analiza un incremento de demanda de papaya del 20% hasta el 2025 en la población canadiense.

A fin de cumplir con las expectativas del comprador canadiense y las propias del proyecto, es necesario una inversión total de \$253.677 USD, monto que cubre los gastos fijos de la construcción y equipamiento de la planta empacadora, gastos de compra de materia prima, en principal el gasto de papaya Maradol a pequeños y medianos campesinos bajo un sistema de comercio justo, donde el precio es estable para garantizar la contribución de la empresa al bienestar de los productores, y gastos de capital de trabajo. Se considera un financiamiento parcial de la Corporación Financiera Nacional de \$200.000 USD con interés del 8% y 3 años de gracia y \$53.677 USD de inversión con capital propio, además, el análisis de los indicadores financieros VAN y TIR muestran valores de 48.707 y 16% respectivamente.

## VII. CONCLUSIONES

Después del desarrollo y análisis del proyecto se concluye que la demanda internacional de papaya aumenta cada año y con ello la capacidad de oferta, en el mercado internacional de esta fruta, los países desarrollados cumplen el rol de importadores y los países en vías de desarrollo son los exportadores como efecto a la capacidad de producción y distribución por las políticas liberales comerciales que se adaptan a nivel mundial a través de Tratados comerciales y acuerdos bilaterales, además la globalización facilita el intercambio comercial de mercancía en el sistema internacional.

El estudio de producción de papaya en Ecuador revela que el país tiene ventaja comparativa con respecto a Canadá en cuanto al cultivo de esta fruta por la facilidad de siembra y los recursos climáticos y geográficos que maximizan la productividad, lo que se traduce como actividad con potencial de exportación, porque se puede producir grandes cantidades durante todo el año, el país tiene oferta exportable de papaya de 190 mil toneladas métricas por año, después de cubrir el consumo local; es así como, a través de estas reflexiones se acepta la hipótesis planteada al inicio del proyecto.

Después de analizar las condiciones de los factores externos con capacidad de influir en la operatividad del proyecto se concluye que, el Ecuador, al ser un país exportador de insumos primarios y depender de esta actividad, el Gobierno promueve políticas agrícolas para incentivar la participación de pequeños y medianos productores y mejorar la competitividad en el mercado externo; este factor justifica la hipótesis sobre la posibilidad de crear una empresa exportadora debido a que los factores externos así lo permiten.

Con base al estudio de mercado realizado se determinó que los mercados étnicos son los mayores importadores de papaya en Canadá y las exigencias de este grupo de consumidores varían con el mercado común, en el primero se importa papaya tipo Tainung con 1 nivel más de maduración que la papaya demandada en el mercado común canadiense; asimismo, el importador étnico no exige certificados de comercio justo como requisito de ingreso y el precio de la papaya es 15% más barata en relación a la papaya que se consigue en el otro mercado, no obstante se acepta la hipótesis planteada en este estudio de pre-factibilidad con motivo que Canadá es el sexto mayor mercado de

exportación de papaya y como efecto al precio de venta que están dispuestos a pagar los compradores, es un mercado atrayente para los comerciantes.

Asimismo, el estudio de mercado sugiere que México es el mayor productor y comerciante de papaya a nivel mundial y en Canadá, su fuerte posicionamiento de mercado y la lealtad de los importadores canadienses dificultan la competitividad de nuevas empresas; además, se concluye que las fortalezas de actividad de producción y comercialización de papaya mexicana superan las fortalezas del mercado ecuatoriano, las mayores ventajas que se apreció en el estudio son la capacidad de formar asociaciones de pequeños productores y la cercanía territorial con Canadá, además tienen capacidad de oferta exportable para cubrir el incremento de demanda proyectado hasta el 2030.

A partir del análisis de demanda de papaya en el mercado canadiense, se concluye que la cultura comercial canadiense se basa en principios de equidad e inclusión de empresas con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, factor que se justifica con el comportamiento individual del canadiense y los valores marcados de esta cultura, apertura, igualdad y justicia; de este modo, el gobierno canadiense incentiva la relación comercial bilateral y multilateral con países productivos en desarrollo a través de políticas arancelarias que benefician el intercambio comercial.

Finalmente, a través del estudio financiero se acepta la hipótesis de este estudio porque se concluye que el monto calculado para la inversión garantiza la operatividad de la empresa en los próximos 5 años a partir del año 0 de funcionamiento, además, cubre la expectativa de gastos e incluye un fondo de reserva para los imprevistos; asimismo, se determina que las proyecciones de venta justifican la inversión y traen ganancia neta en el periodo establecido

## VIII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones sugeridas para este proyecto son las siguientes:

- Investigar a detalle los usos de la papaya en el campo farmacéutico y estético a fin de analizar la posibilidad de exportar la fruta procesada, este hecho disminuiría el riesgo de pudrición de papaya durante el transporte, además se recomienda investigar otros mercados de exportación para aprovechar el incremento de demanda mundial de papaya; esta investigación debe hacerse a través de un método de investigación bibliográfica y de campo.
- Cultivar papaya con volumen y calidad de exportación en la provincia del Guayas, para maximizar los recursos geográficos y aprovechar la cercanía al puerto marítimo de Guayaquil, de esta forma se reduce el costo interno de transporte.
- Investigar sobre los planes de reactivación agrícola del Estado a fin de beneficiarse de las políticas económicas agrarias, asimismo se recomienda hacer un préstamo para la inversión del proyecto en una entidad estatal, al ofrecer tasas para actividades agrícolas desde el 5% y desde 4 años de gracia.
- Aprovechar las tendencias de consumo dividida en la población canadiense para enfocarse en un grupo determinado de mercado, escoger vender al mercado común por la saturación de oferta mexicana en los mercados étnicos
- Incentivar la creación de una asociación de productores de papaya para ofrecer oportunidad de mercado a pequeños y medianos agricultores mediante la capacitación técnica, maximización de recursos, acceso a la información y aplicación de tecnologías que mejoren el proceso de siembra y cultivo, asimismo se recomienda realizar un estudio de mercado complementario profundo para crear estrategias comerciales y de marketing para ganar espacio en el mercado para perfilar no solo al competidor mexicano si no a los principales exportadores de papaya en el mercado canadiense, hacer una investigación bibliográfica específica sobre las características de estos actores; asimismo se recomienda incluir un análisis sobre la apertura de nuevos compradores en Estados Unidos y la Unión Europea.
- Comprar la papaya a pequeños y medianos productores a precio estable que garantice la estabilidad comercial del agricultor y establecer un sistema de compra y venta que cumpla con los estándares de comercio equitativo.

- Realizar un plan de negocios para profundizar el análisis de rentabilidad del proyecto y tener una dirección precisa del mercado de interés con estrategias de venta.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Abad, J. (2017). El consumo y su importancia económica. Recuperado de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>
- Aguzi, M. (2014, abril 23). La clase media canadiense es la más rica de las primeras economías según reporte del New York Times. *El Mundo*. Recuperado de <http://nmnoticias.ca/2014/04/23/clase-media-canadiense-de-estados-unidos-new-york-times-economia-canadiense/>
- Anónimo (2020, febrero 5). Le Port de Toronto a réceptionné un volume record de 2,3 millions de tonnes métriques de marchandises en 2019. *Cision*. Recuperado de <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/le-port-de-toronto-a-receptionne-un-volume-record-de-2-3-millions-de-tonnes-metriques-de-marchandises-en-2019-875829049.html>
- Anónimo (2012 feb 10). The new tendencies in the Canadian consumption. *La Portada Canada*. Recuperado de <https://laportadacanada.com/noticia/asiaticos-una-comunidad-que-se->
- Anónimo, (2011, enero 22). 3 variedades de papaya se consumen. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/variedades-de-papaya-se-consumen.html>
- Anónimo, (2018, junio 20). Agrocalidad certificó primera exportación de papaya ecuatoriana a Estados Unidos. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/agrocalidad-certificado-exportacion-papaya-estadosunidos.html>
- Anónimo, (2010, febrero 5). Plan de reactivación del sector agrícola en Ecuador avanza a paso lento. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/plan-reactivacion-sector-agricola-ecuador.html>
- Anónimo, (2020, enero 21). Ecuador.El 80 por ciento de los ecuatorianos trabaja en actividades de bajo crecimiento. *Revista Nortimérica*. Recuperado de <https://www.notimerica.com/politica/noticia-ecuador-80-ciento-ecuatorianos-trabaja-actividades-crecimiento-20200116074529.html>
- Asia Pacific Immigration Service (2018). The Top 7 Richest Provinces in Canada. Recuperado de <http://apisbd.com/the-top-7-richest-provinces-in-canada/>
- Altendorf, S. (2017). Perspectivas mundiales de las principales frutas tropicales. FAO. Recuperado de [http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM\\_MARKETS\\_MONITORING/Tropical\\_Fruits/Documents/Tropical\\_Fruits\\_Spanish2017.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Tropical_Fruits/Documents/Tropical_Fruits_Spanish2017.pdf)

- Bascoy, M. (2017 enero 3). Individualismo y consumismo en la actualidad. *La nueva España*. Recuperado de <https://www.lne.es/blogs/psicoactiva-mente/el-individualismo-y-consumismo-en-la-sociedad-actual.html>
- Bank of Canada (2020). *Monetary Policy Report*. Recuperado de <https://www.bankofcanada.ca/wp-content/uploads/2020/07/mpr-2020-07-15.pdf>
- CEUPE (2020). ¿EN QUÉ CONSISTE EL ANÁLISIS DE INVERSIONES?. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/en-que-consiste-el-analisis-de-inversiones-1.html>
- Colcha, J. (2011). *Comercialización del cultivo de papaya (carica papaya) en la provincia de Los Ríos* (Ingeniería UG, Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2841/1/TESINA%20PAPAYA%20COLCHA%20CÁRDENAS%20JORGE.pdf>
- Coorporación Financiera Nacional (2017). *Ficha Sectorial de la Industria de Manufacturas*. Recuperado de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Abonos-octubre-2017.pdf>
- Denis, A. (1999). Was Adam Smith an individualist?. *Department of Economics, School of Social and Human Sciences, City University*, 12(3). Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/09526959922120351>
- Department of Finance Canada (2020). *Canada's COVID-19 Economic Response Plan: New Support to Protect Canadian Jobs*. Recuperado de <https://www.canada.ca/en/department-finance/news/2020/04/canadas-covid-19-economic-response-plan-new-support-to-protect-canadian-jobs.html>
- Díaz, J. (2002). *Manual práctico para el cultivo de papaya Hawaiana*. Recuperado de <http://usi.earth.ac.cr/glas/sp/90022688.pdf>
- Díaz, J (2017). Felicidad y Sociedad de consumo. Recuperado de <https://spip.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf/informe-consumimos-felicidad.pdf>
- Dominguez, M. (2012). Equilibrio de la balanza comercial Ecuador-Norteamérica 2005-2010. (Licenciatura USFQ, Quito). Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1781/1/106333.pdf>
- Elton, S. (2009 noviembre 2). Everyone's got pawpaw fever. *Macleans*. Recuperado de <https://www.macleans.ca/culture/everyones-got-pawpaw-fever/>
- Espín, J., Córdova, A. & López, G. (2016 jul-dic). Inversión extranjera directa: su incidencia en la tasa de empleo del Ecuador. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía de la Universidad Salesiana*, 6(12). Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5045/504551172006/html/index.html>
- Espiniza, E. (2015). Comercialización de la papaya maradol (carica papaya) empacada por la empresa agrícola jaramillo ubicada en la parroquia san antonio del cantón

- santa rosa, provincia de el Oro. (Economía Agropecuaria UM, Machala). Recuperado de [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/2004/1/CD772\\_TESIS.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/2004/1/CD772_TESIS.pdf)
- FAO ORG (2016). What is a Project Profile?. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a0322e/a0322e03.htm>
- Feitó, D. & Portal, M. (2013 jul-dic). La competitividad en las exportaciones de papaya en México. *Revista de Análisis de Economía, Comercio y Negocios Internacionales*, 7(2). Recuperado de [http://publicaciones.eco.uaslp.mx/VOL12/Paper02-7\(2\).PDF](http://publicaciones.eco.uaslp.mx/VOL12/Paper02-7(2).PDF)
- Food and Agriculture Organization (2017). *Perspectivas mundiales de las principales frutas tropicales: Perspectivas, retos y oportunidades a corto plazo en un mercado global pujante*. Recuperado de [http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM\\_MARKETS\\_MONITORING/Tropical\\_Fruits/Documents/Tropical\\_Fruits\\_Spanish2017.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Tropical_Fruits/Documents/Tropical_Fruits_Spanish2017.pdf)
- Government of Canada (2005). *Conceptual Model of Canadian Food And Nutrition System*. Recuperado de <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/food-nutrition/food-nutrition-surveillance/conceptual-model-canadian-food-nutrition-system.html>
- García, M. (2010). *Guía técnica del cultivo de papaya*. Recuperado de <http://www.centa.gob.sv/docs/guias/frutales/GUIA%20CULTIVO%20PAPAYA.pdf>
- Global Affairs Canada (2020). *Statement by Minister of Foreign Affairs, Minister of International Development and Minister of Small Business, Export Promotion and International Trade on the International Day of the World's Indigenous Peoples*. Recuperado de <https://www.canada.ca/en/global-affairs/news/2020/08/statement-by-minister-of-foreign-affairs-minister-of-international-development-and-minister-of-small-business-export-promotion-and-international-tr.html>
- Government of Canada: Agriculture and AgriFood (2017). *Statistical Overview of the Canadian Fruit Industry 2017*. Recuperado de <https://www.agr.gc.ca/eng/horticulture/horticulture-sector-reports/statistical-overview-of-the-canadian-fruit-industry-2017/?id=1526403930297#a4.1>
- Gutierrez, I. (2020 junio 23). ¿Qué es la ventaja comparativa y cuáles son sus características?. *Muy Financiero*. Recuperado de <http://www.muyfinanciero.com/conceptos/ventaja-comparativa/>
- Hargrave, M. & James, M. (2020). Air Waybill (AWB). *Revista Investopedia*, 5(4). Recuperado de <https://www.investopedia.com/terms/a/airway-bill.asp>
- Hayek, A. (1973). *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*. *Enciclopedia del Novicento*, (4).

- Hurtado, J. (2003). La teoría del valor de adam smith: la cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones. *Cuadernos de Economía*, 22(38), 15-45. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-47722003000100002&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722003000100002&lng=en&tlng=es).
- ISO Organization (2017). ISO 9000 FAMILYQUALITY MANAGEMENT. Recuperado de <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>
- INSAFORP Organization (2019). Cómo Elaborar un Perfil de Proyecto. Recuperado de <https://www.insaforp.org.sv/index.php/109-herramientas-de-trabajo/225-como-elaborar-un-perfil-de-proyecto>
- iContainers (2020). Incoterm CIF (Cost, Insurance and Freight) - Uso y Significado. Recuperado de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/cif/>.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015). *Empleo y condición de actividad en Ecuador*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/Empleo-y-condición-de-actividad-en-Ecuador.pdf>
- Jiménez, J. (2002). *Manual práctico para el cultivo de papaya*. Recuperado de <http://usi.earth.ac.cr/glas/sp/90022688.pdf>
- Lexpro, (2020). Requisitos para constituir compañías en Ecuador. Recuperado de <https://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Luedi, J. (2020). Chinese is more important than ever for Canada. True North. Recuperado de <https://truenorthfareast.com/news/chinese-language-growth-in-canada>
- Margalit, A & Harbertal, M (2004 sep-nov). Liberalism and the Right to Culture. *The Johns Hopkins University Press*, 71(3). Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/pdf/40971713.pdf?refreqid=excelsior%3A22d848a7cda0709fbf45267a6b65b720>
- McNulty, P. (1973 jul-sep). Adam Smith's Concept of Labor. *Revista de Historia de la Universidad de Pensilvania*, 34(3). Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/pdf/2708957.pdf?refreqid=excelsior%3Ada7bf7f3235c4f9ef1b696befefaeb9f>
- Mete, R. (2014 marzo). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversion. *Revista scielo*,7 (67). Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7\\_a06.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador (2015). Protocolo técnico, logístico y de seguridad para la exportación de camarón. Recuperado de [http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-Camaron\\_2019\\_compressed.pdf](http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-Camaron_2019_compressed.pdf)

- Ministerio de Agricultura (2020). *Ministros de Agricultura de América unen esfuerzos para afrontar impactos del COVID-19 en sector agroalimentario*. Recuperado de <https://www.agricultura.gob.ec/ministros-de-agricultura-de-america-unen-esfuerzos-para-afrontar-impactos-del-covid-19-en-sector-agroalimentario/>
- Moreno, C & Buenrostro, H. (2017). El modelo de las seis dimensiones de geert hofstede para la toma de decisiones en los negocios internacionales. *Anfeca*. Recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxii/docs/9.14.pdf>
- Naciones Unidas Ecuador (2018), *Marco de Cooperación para el Desarrollo Sostenible ONU - Ecuador 2019-2022*. Recuperado de <https://ecuador.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Marco-Cooperacion-ONU-Dic4.pdf>
- OECD (2020). Better Life Index Canada. Recuperado de <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/canada-es/>
- OMS (2012). *Aumentar la ingesta de potasio para reducir la tensión arterial y el riesgo de enfermedades cardiovasculares en adultos*. Recuperado de [https://www.who.int/elena/titles/potassium\\_cvd\\_adults/es/](https://www.who.int/elena/titles/potassium_cvd_adults/es/)
- Organización Panamericana de Salud (2020). Sistema HAACP en el sistema comercial de exportación. Recuperado de [https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10913:2015-sistema-haccp-siete-principios&Itemid=41452&lang=es](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10913:2015-sistema-haccp-siete-principios&Itemid=41452&lang=es)
- Oximoron (s.f.). Liberalismo Y Globalizacion. Recuperado de <http://oximoron.es/index.php/liberalismo-y-globalizacion/>
- Papaya Marado (UNAD). Recuperado de <https://es.calameo.com/read/004078564b78551b9dd08>
- PECB University (2014). Difference Between HACCP and ISO 22000. Recuperado de <https://pecb.com/article/difference-between-haccp-and-iso-22000>
- Portes, J (2019 sep 16). La economía de la migración. *Revista contexts*, 19(3). Recuperado de <https://contexts.org/articles/la-economia-de-la-migracion/>
- Procomer (2018). Mercado de Frutas exóticas en Canadá. Recuperado de [http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Mercado%20de%20frutas%20exoticas%20en%20Canada%20con%20analisis%20logistico\\_Agosto%202018.pdf](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Mercado%20de%20frutas%20exoticas%20en%20Canada%20con%20analisis%20logistico_Agosto%202018.pdf)
- PROECUADOR (2020). Ficha Técnica de Canadá – 2020. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-canada/>
- Rodríguez et. al. (2014 jul-sep). Evaluación de la calidad y el rendimiento en papaya silvestre (Carica papaya L.) de Cuba. *Revista Scielo*, 35(3). Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0258-59362014000300004&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0258-59362014000300004&script=sci_arttext&tlng=en)

- Romero, J. (2005). TRATADO DE LIBRE COMERCIO Derecho, economía e ideología. Perú, Lima: SANTANA
- Rodriguez, J., Ibague, A. Espitia, F. & Oviedo, Y. (2014). Manual de poscosecha
- Salazar, B. (2020, abril 27). ¿Cómo hacer un análisis competitivo paso a paso?. *Media Source*. Recuperado de <https://www.mediasource.mx/blog/como-hacer-un-analisis-competitivo-paso-a-paso>
- Siicex (2016). Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a Canadá. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/guia-requisitos-acceso-alimentos-canada-2016.pdf>
- Statista Research Department (2020). Supermarkets and grocery stores in Canada - statistics & facts. Recuperado de <https://www.statista.com/topics/2874/supermarkets-and-grocery-stores-in-canada/>
- Statistics Canada (2018). Immigration and Ethnocultural Diversity in Canada. Recuperado de <https://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/as-sa/99-010-x/99-010-x2011001-eng.cfm>
- Statistics Canada (2019). Canadian International Merchandise Trade Database. Recuperado de <https://www5.statcan.gc.ca/cimt-cicm/topNCountries-pays?lang=eng&getSectionId=0&dataTransformation=0&refYr=2019&refMonth=7&freq=12&countryId=0&getUsaState=0&provId=1&retrieve=Retrieve&country=null&tradeType=3&topNDefault=75&monthStr=null&chapterId=8&arrayId=0&sectionLabel=II%20-%20Vegetable%20products&scaleValue=6&scaleQuantity=0&commodityId=080720>
- Solano, A. (2015). *Comportamiento agronómico de tres variedades de papaya (carica papaya l.) en el centro de producción y prácticas río verde de la upse, provincia de Santa Elena* (Ingeniería UPSE, Santa Elena). Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2734/1/UPSE-TIA-2015-030.pdf>
- Subsecretaría de Agricultura de México (2016). *Papaya Mexicana*. Recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/257083/Potencial-Papaya.pdf>
- The Heritage Organization (2020). 2020 Index of economic freedom. Recuperado de <https://www.heritage.org/index/country/canada?version=161>
- Trade Map (2019). *List of importing markets for the product exported by Ecuador in 2019*. Recuperado de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7c080720%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7c080720%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1)
- TFO Canada (2015). Bienvenido al mercado canadiense: Un Manual para Exportar a Canadá. Recuperado de

[https://ctoro.cancilleria.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense\\_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf](https://ctoro.cancilleria.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf)

Tridge (2020). Papaya Offer & Supplier. Recuperado de <https://www.tridge.com/products/papaya/marketplace>

Vasquez, G. et. al. (2010). *Producción y manejo poscosecha de papaya maradol en la planicie Huasteca*. Recuperado de <http://www.inifapcirne.gob.mx/Biblioteca/Publicaciones/855.pdf>

Viera, W. (2019). Fruticultura. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. Recuperado de <http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/fruticultura/>

Valencia, K., Duana, D. & Hernández, T. (2017). Estudio del mercado de papaya mexicana: un análisis de su competitividad (2001-2015). *Suma de negocios*, (8). Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X17300241>

## ANEXOS

Anexo 1: Entrevista personal a Francisco Parra, realizada el 9 de septiembre del 2020 en el Triunfo (Guayas, Ecuador).

**P. ¿Cuál es su ocupación de sustento a la fecha?**

R. Soy agricultor desde que tengo 13 años, mis padres compraron esta pequeña finca desde que tengo memoria y nos hemos dedicado a la producción de frutas tropicales, muy propias de la región.

**P. ¿Considera que esta actividad es rentable y cubre con sus gastos personales y de su familia?**

R. Depende, hay temporadas buenas y otras malas, por ejemplo, cuando se acumula la producción, las ganancias apenas alcanzan para cubrir los gastos de cultivo y cubrir ciertos gastos de la casa; en cambio, en épocas altas, en especial por diciembre o mediados de año que se consume más fruta de la Costa, las ganancias hasta se triplican.

**P. ¿Desde cuando cultiva papaya y que extensión posee?**

R. Cultivo desde hace 10 años, al inicio empecé con media hectárea, en ese entonces era rentable dedicarse al cultivo de papaya porque la gente consumía mas, después de unos años extendí el cultivo hasta llegar a sembrar en las 2 hectáreas.

**P. ¿Cuánto considera que es el volumen mínimo de plantación para hacer de esta actividad rentable?**

R. Mire, como le comentaba mi esposa, la papaya es muy delicada por el grosor de la cáscara y el riesgo de contaminación, se desecha una cantidad considerable entonces yo diría que el productor debe tener si quiera unas 800-850 plantas.

**P. ¿Con 2 hectáreas de cultivo, tiene una cosecha considerable de la fruta, a quien vende el producto?**

R. Verá, al inicio vendía directamente en el mayorista del Triunfo y los fines de semana llevaba el producto a Guayaquil, pero el transporte y el gasto me dificultó esta forma de venta, hace 2 años se presentó un intermediario y me ofreció comprar toda la cosecha, y por la necesidad de ese entonces me toco aceptar y he mantenido esa forma de venta.

**P. ¿El intermediario le ofrece un precio justo?**

R. No, realmente nos pagan lo que les da la gana y venden en el mercado hasta tres veces más del precio de compra, aquí los que ganan son ellos y los vendedores del mercado.

**P. ¿Estaría dispuesto a cambiar de comprador por una empresa exportadora que le garantice un precio estable por la papaya?**

R. Claro, me daría lo mismo, total ya vendo a un intermediario, lo que me llama la atención es el precio estable que dice, entonces deberíamos analizar esa propuesta.