



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

ANÁLISIS PARA LA AMPLIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS NO
TRADICIONALES AGRÍCOLAS COMO PIÑA Y MANGO, HACIA LOS PAÍSES
MIEMBROS DEL BLOQUE ALADI Y SU INCIDENCIA EN LA BALANZA
COMERCIAL 2007 – 2012.

LINEA DE INVESTIGACION:

EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN: EVALUACIÓN Y PROPUESTAS DE
CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN

AUTORA:

MURILLO CRUEL JESSICA ANDREA

ASESOR:

ING. JESUS GOMEZ LADINES

ESMERALDAS - ECUADOR

2014

HOJA TRIBUNAL

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de **INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR**

Mba. Roxana Benítez
Lector 1

Dra. Tahimi Achilie
Lector 2

Ing. David Granados C.
DIRECTOR DE LA ESCUELA

Ing. Jesús Gómez Ladines
DIRECTOR DE TESIS

Auditoría

Yo, *JESSICA ANDREA MURILLO CRUEL*, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal, la cual ha sido asesorada por el Ing. *JESUS GOMEZ LADINES*, docente de la PUCESE.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

Jessica Andrea Murillo Cruel

C.I. 080312263-9

Ing. Jesús Gómez Ladines

C.I. 080159312-0

Dedicatoria

A Dios el señor todo poderoso, ya que él que me ha dado las fuerzas para seguir adelante, ya que con Cristo todo, sin Cristo nada.

A mis padres que con su cariño me enseñaron que con esfuerzo todo es posible lograr.

A toda mi familia y mi amiga Evelin Rosero que es como mi hermana, por haber recorrido este camino conmigo siempre apoyándome en las buenas y en las malas.

Agradecimiento

Este proyecto es el resultado de mi gran esfuerzo, por lo que agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas y la capacidad de lograr mi objetivo que es ser una profesional.

De la misma manera agradezco a mi madre Rosa Cruel Yugcha y mi padre Johnny Murillo Vera por haber creído en mí, apoyarme y sobre todo por haber estado conmigo en toda mi vida estudiantil.

A mis familiares en especial a mi tía Clemencia Cruel Yugcha quien me apoyo y estuvo ahí cuando ya quería desvanecer, muchas gracias.

JESSICA ANDREA MURILLO CRUEL

INDICE

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
CAPITULO I	5
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION	5
1.1 Problema de la investigación.....	5
1.2 Justificación	5
1.3. Objetivos	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.1. Objetivos Específicos.....	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1. Esquematización del trabajo de investigación	8
2.1.1. Ecuador exportable.....	8
2.1.2. Productos exportables tradicionales y no tradicionales.....	8
2.1.3. Política comercial de Ecuador y los nuevos mercados.....	9
2.1.4. Principales mercados de exportación del Ecuador	9
2.2. Balanza comercial del Ecuador con los países del bloque ALADI.....	10
2.3. Acuerdos comerciales del Ecuador	11
2.4. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	12
2.4.1. Adhesión	12
2.5. Proceso de exportación.....	13
2.5.1. Pre embarque.....	14
2.5.2. Post embarque	14
2.6. Exportación a consumo	15

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	16
3.1. Métodos Utilizados en la Investigación	16
3.1.1. Método Inductivo	16
3.1.2. Método Deductivo.....	16
3.2. Construcción Metodológica del objeto de investigación	16
3.2.1 Nivel de investigación.....	17
3.3 Elaboración del marco teórico.....	17
3.4. Recolección de la Información Empírica	17
3.4.1. Información Primaria	17
3.4.2. Información Secundaria	18
3.5. Descripción de la Información Obtenida	18
CAPÍTULO IV.....	19
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	19
4.1. Productos no tradicionales del Ecuador	19
4.2. Características	23
4.3. Clasificación.....	24
4.4. Oferta Exportable	29
4.5. Producción.....	31
4.6.1. Evolución de las exportaciones no tradicionales.....	33
4.6.2. Comparación entre exportaciones tradicionales y no tradicionales	34
4.7. Principales destinos de las exportaciones del Ecuador	35
4.7.1. Principales destinos de exportación sector frutas.....	36
4.8. Exportaciones de Ecuador a países de ALADI de piña y mango.....	37
4.9. Balanza comercial del Ecuador	39
4.9.1. Balanza comercial del Ecuador de los años 2007 – 2012	41
4.9.2. Balanzas comerciales con los países miembros del bloque ALADI.	74
4.10. Asociación latinoamericana de integración.....	79
4.10.1. El Ecuador como miembro de la ALADI.....	79
4.11. Acuerdos comerciales entre Ecuador y ALADI.	79

4.12. Estrategias para la ampliación de las exportaciones no tradicionales piña y mango hacia los países del bloque ALADI	83
4.12.1. Apoyo del instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PROECUADOR).....	83
4.12.1.1. Información que brinda PROECUADOR al exportador.	85
4.12.2. Ferias libres internacionales.	87
4.12.2.1 Motivos para realizar las ferias internacionales	87
4.12.2.2 Proceso para participar en la Ferias Internacionales.	88
4.12.2.2. Supermercados	89
4.12.2.3. Formas de presentaciones.....	90
4.12.3. Ruedas de negocios	91
4.12.4. Campañas para el consumo de productos no tradicionales agrícolas con apoyo de los gobiernos de cada uno de los países latinoamericanos.....	93
4.13 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS.....	94
4.13.1. Impacto económico	94
CAPÍTULO V	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
5.1. Conclusiones	97
5.2. Recomendaciones.....	98
5.3 Bibliografías.....	99

INDICE DE TABLAS

TABLA N°1.-	Productos tradicionales y petróleo
TABLA N°2.-	Productos no tradicionales
TABLA N°3.-	Frutas industrializadas en Ecuador.
TABLA N°4.-	Principales Frutas Tropicales
TABLA N°5.-	Exportaciones Ecuatorianas
TABLA N. 6.-	Productores de Piña.
TABLA N. 7.-	Productores de Mango.
TABLA N° 8.-	Producción de piña
TABLA N° 9.-	Producción de mango
TABLA N°10.-	Exportaciones de piña y mango a países ALADI
TABLA N°11.-	Principales destinos exportaciones no petroleras.
TABLA N°12.-	Balanza comercial (enero – junio 2012 – 2013)
TABLA N° 13.-	Balanza comercial total enero – diciembre 2007 al 2012
TABLA N° 14.-	Balanza comercial 2009
TABLA N° 15.-	Balanza comercial 2010
TABLA N°16.-	Balanza comercial 2011
TABLA N°17.-	Balanza comercial 2012
TABLA N°18.-	Acuerdos bilaterales de ALADI

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N°1.-	Principales mercados de exportación año 2011.
IMAGEN N°2.-	Mapa de comercio exterior del Ecuador.
IMAGEN N°3.-	Frutas tropicales no tradicionales
IMAGEN N°4.-	Fruta tropical mango pelado
IMAGEN N°5.-	Fruta tropical piña pelada
IMAGEN N°6.-	Mapa de los lugares de producción de piña y mango.
IMAGEN N°7.-	Evolución de las exportaciones totales.
IMAGEN N°8.-	Evolución exportaciones sector frutas no tradicionales.
IMAGEN N°9.-	Exportaciones no petroleras; tradicionales y no tradicionales.

- IMAGEN N°10.-** Principales destinos exportaciones de sector frutas no tradicionales.
- IMAGEN N° 11.-** Logo del Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones
- IMAGEN N°12.-** Frutas no tradicionales
- IMAGEN N°13.-** Forma de presentación de frutas no tradicionales en malla.
- IMAGEN N°14.-** Forma de presentación de frutas no tradicionales en envases plásticos.

Resumen

El Ecuador es un país muy productivo, gracias a la diversidad de climas que posee, es por esto que el presente trabajo tuvo como objetivo analizar la ampliación de las exportaciones de productos no tradicionales agrícolas como piña y mango, hacia los países miembros del bloque ALADI y su incidencia en la balanza comercial 2007 – 2012, de lo cual se comprobó que estos productos son pocos conocidos en los países latinoamericanos.

Para este estudio se entrevistaron a algunas personas encargadas del área de exportación y producción de sus empresas como Exofrut, Asopiña, Expocanarte S.A, SSMO COMX S.C.C entre otras, las cuales ayudaron a conocer que estas frutas como piña y mango, sí se exportan en grandes cantidades, aunque no a todos los países de ALADI, también se conoció la forma en que se las presentan a los mercados internacionales. A sí mismo se entrevistó a la persona encargada de la biblioteca del Banco Central del Ecuador, para conocer la incidencia de las mismas.

Cabe destacar que el comercio exterior es una actividad importante, ya que genera ingresos al Ecuador, lo que garantiza una estabilidad económica, es por esto que al analizar de manera detallada la balanza comercial del mismo, dio como resultado que el país sigue siendo dependiente del petróleo como de las exportaciones tradicionales, aunque ya se dan un poco más las exportaciones no tradicionales.

Se conoció que tanto las exportaciones tradicionales y petroleras se dan en todos los países miembros de la ALADI, pero las exportaciones de productos no tradicionales no son conocidas por todos, esto se debe a sus diferentes culturas y pensamientos erróneos acerca de estas frutas, es por esto que esta investigación ha sido realizada con el fin de dar a conocer un conjunto de estrategias para lograr la ampliación de las exportaciones no tradicionales al resto de los países miembros del bloque ALADI, es decir abarcar con todos los mercados latinoamericanos.

Abstract

Ecuador is a very productive country, thanks to the diversity of climates that owns, is why this work had as objective to analyze the expansion of exports of nontraditional agricultural products such as pineapple and mango, toward the block ALADI member countries and their impact on the trade balance 2007 - 2012, in which it was found that these products are not known in all Latin American countries.

For this study, we interviewed some people in charge of the export and production area of their companies as Exofrut, Asopiña, Expocanarte S.A, SSMO COMX S.C.C. among others, which helped to know that these fruits such as pineapple and mango, are exported in large quantities and also how to present them to international markets. In the same way, we interviewed a person in charge of exports at the Central Bank of Ecuador, to know the incidence of them.

It should be noted that foreign trade is an important activity because it generates incomes to Ecuador, ensuring economic stability, which is why by analyzing in detail the trade balance thereof, resulted in the country remains dependent of oil as well as traditional exports, even there are a little more exports that are nontraditional.

It was learned that both traditional and oil exports are given in all ALADI member countries, but exports of nontraditional products are not known to all, this is due to their different cultures and erroneous thoughts about these fruits, it is why this research have been conducted in order to provide a set of strategies to achieve the expansion of non-traditional exports to the rest of the member countries of ALADI block, it means to cover all Latin American markets.

Introducción

El Ecuador durante mucho tiempo ha sido un país de exportación básicamente primaria y estas han sido el mayor sustento del mismo, pero están dejando al país en decadencia ya que el petróleo es un recurso no renovable y los tradicionales son renovables pero a largo plazo, es por esto que en la actualidad se desea que el Ecuador ponga más interés en las exportaciones de productos no tradicionales en especial agrícolas, los cuales también generarían grandes ingresos ya que estos son renovables a corto plazo y se dan en casi todas las épocas del año.

Con estas exportaciones se lograría que el Ecuador consiga nuevos mercados, aumentando así las oportunidades comerciales, incrementar la productividad, creando nuevas líneas de productos o servicios y así mismo la creación de nuevos empleos.

Sim embargo hay que tener en cuenta que para introducirse en cualquier mercado se debe analizar minuciosamente el mismo, para conocer si el producto va hacer acogido de acuerdo a las culturas, costumbres, religión, etc que tenga cada uno de ellos, así se lograría un excelente crecimiento económico y el producto sería todo un éxito.

Es por esto, que la investigación tiene como finalidad conocer y poner en práctica estrategias para la ampliación de las exportaciones de productos no tradicionales como piña y mango, hacia los países latinoamericanos, analizando los diferentes mercados tomando en cuenta las carencias para así mismo mejorarlas y conseguir una balanza comercial ecuatoriana estable.

La investigación consta de cinco capítulos, dentro de los cuales:

- El primer capítulo trata del marco contextual del proyecto, en el cual se detalla el problema de la investigación, surgiendo así posibles soluciones y los objetivos.
- En el segundo capítulo, está el marco teórico de la investigación, el cual mediante artículos, leyes, reglamentos, tratados, se hace una sinopsis para demostrar la importancia del tema.

- Dentro del tercer capítulo, se encuentra la metodología utilizada, la cual permitió obtener resultados mediante entrevistas realizadas a los diferentes exportadores y así conocer los productos no tradicionales que se exportan.
- En el cuarto capítulo, está el análisis e interpretación de los resultados en relación con los objetivos de la investigación, aquí se explica y se demuestran el cumplimiento de los objetivos.
- Y por último, el quinto capítulo trata de las conclusiones acorde con los objetivos planteados y las recomendaciones para lograr la ampliación de las exportaciones.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION

1.1 Problema de la investigación

La oferta exportable del Ecuador es muy variada, rica en agricultura y el potencial productivo está muy asociado a su particularidad, sin embargo la falta de exportadores e incentivo por parte de los mismos, hace que la gama de productos que posee el Ecuador no sea reconocida, ya que tienen temor en invertir en algo nuevo al no saber si este va a ser acogido tanto como los productos primarios que normalmente se exportan, es aquí cuando se sabe que los exportadores desconocen de la existencia de las agencias o institutos de promoción e inversiones del país, los cuales han sido creados con la finalidad de aportar y facilitar los procesos de exportación y a encontrar nuevos mercados.

Por otro lado está la falta de insumos, ya que el Ecuador no posee industrias o maquinarias que ayuden a elaborar productos con valor agregado.

También se encuentra el desconocimiento por parte de los países latinoamericanos de las riquezas que posee el Ecuador en cuanto a los productos no tradicionales (piña y mango), lo que hace que los mismos no tengan mayor salida a todos los mercados latinoamericanos, ya que algunos países tienen pensamientos erróneos sobre las frutas.

1.2 Justificación

Las exportaciones del Ecuador básicamente han sido de productos tradicionales y petroleros por lo que es importante ahora dar a conocer las riquezas que posee el país, en cuanto a los productos no tradicionales en especial agrícolas como piña y mango, para que estos sean

reconocidos por todo el mundo por su calidad y su excelente sabor, en especial en los países latinoamericanos ya que ellos se encuentran más cerca y así se aprovecharía las distancias, garantizando más relaciones comerciales lo que hace que aumente el flujo de intercambio de dichos productos.

Esto trae beneficios económicos a los productores, exportadores y al país en sí, ya que ingresarían más divisas y aumentaría la productividad, para así cumplir con las exigencias de los países que requieran de estos productos no tradicionales como la piña y el mango.

También servirá como material bibliográfico para los estudiantes que estén interesados en conocer sobre las riquezas que posee el Ecuador y guiarse para cualquier trabajo.

Es importante que todas las personas que tengan relaciones directa o indirectamente con el comercio estén enteradas del crecimiento que tienen las exportaciones de los productos que se ofrecen a los diferentes mercados, tanto petroleros, tradicionales como no tradicionales, para conocer qué es lo que el Ecuador está produciendo y cómo se da el crecimiento de los mismos.

Lo que se debe hacer para dar a conocer sobre la evolución de las negociaciones del Ecuador y sus exportaciones es transmitir informes televisivos para hacerles entender a todas las personas que la economía es un tema fundamental para el desarrollo de cualquier país.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar la ampliación de las exportaciones de productos no tradicionales agrícolas como piña y mango, hacia los países miembros del bloque ALADI y su incidencia en la balanza comercial 2007 – 2012.

1.3.1. Objetivos Específicos

- Determinar las clases de productos tradicionales y no tradicionales que el Ecuador ha exportado a los diferentes mercados y su nivel de comercialización respectivo.
- Conocer la evolución de las exportaciones de los productos no tradicionales en los resultados de la balanza comercial hacia ALADI en los últimos 5 años.
- Establecer propuestas de carácter comercial para que el Ecuador amplíe su margen de exportaciones hacia los países miembros del bloque ALADI, basadas en nuevas y mejores ofertas exportables que permitan llegar a saldos positivos en la balanza comercial ecuatoriana.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Esquematización del trabajo de investigación

2.1.1. Ecuador exportable

El Ecuador ha ido buscando nuevas oportunidades de exportación introduciendo al mercado productos nuevos que puedan generar más divisas al país y en corto plazo, ya que durante muchos años se ha mantenido estable en un conjunto de bienes liderados por el petróleo.

2.1.2. Productos exportables tradicionales y no tradicionales

Los productos tradicionales y no tradicionales son de mucha importancia para el comercio internacional ya que permiten evaluar el nivel de impacto de la balanza comercial sobre los recursos económicos del país.

Según la cámara de comercio de Guayaquil, (CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, 2010)

El conjunto de productos primarios está compuesto por las exportaciones de Flores, Maderas, Frutas, Productos Mineros, Tabaco en Rama, Abacá y Otros representa el 7% del total de la oferta exportable ecuatoriana

Las exportaciones de productos no tradicionales la conforman productos nuevos como son maderas, productos del mar, fármacos, manufacturas de metales, sombreros, sin dejar de lado las frutas como piña, mango, maracuyá, entre otros

2.1.3. Política comercial de Ecuador y los nuevos mercados

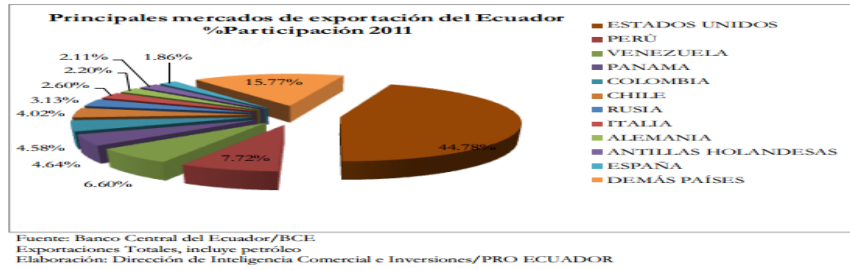
La política comercial del Ecuador debe ser modificada, para avanzar en varios sentidos que al final provoquen el desarrollo dinámico del número, volumen y el valor de las exportaciones, como por ejemplo a revisión de la política de desarrollo nacional, es decir comercializando internamente en el país, la creación de condiciones básicas de motivación a los inversionistas nacionales y extranjeros para que creen empresas en el país generando empleos a la ciudadanía y logren mercado externo vendiendo sus bienes y servicios, el desarrollo de la infraestructura nacional que genere óptimos vínculos físicos internacionales, el mejoramiento intensivo de las capacidades de los centros de educación y capacitación científica y técnica a todo nivel, la suscripción de acuerdos de largo aliento con los mercados más importantes, para contar con un marco estable y claro de relaciones económicas, el otorgamiento gubernamental de su real importancia al comercio exterior.

Para actuar en relación a las políticas comercial del Ecuador se debe determinar prioridades en el tiempo, destinos y productos con los que se va a trabajar y esto ayudara para saber si los resultados serán a corto, mediano o largo plazo, logrando entrar a los diferentes mercados en el cual el Ecuador está interesado en vender sus productos tradicionales como no tradicionales.

2.1.4. Principales mercados de exportación del Ecuador

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2011) Estados Unidos es el principal mercado de exportación representando el 44.48% del total de las exportaciones en el 2011 incluyendo petróleo. Otros principales mercados del Ecuador son Panamá (4.64%), Perú (7.62%), Venezuela (6.60%), Chile (4.02%), Colombia (4.58%), Rusia (3.13%), Italia (2.60%), Antillas Holandesas (2.11%), España (1.86%).

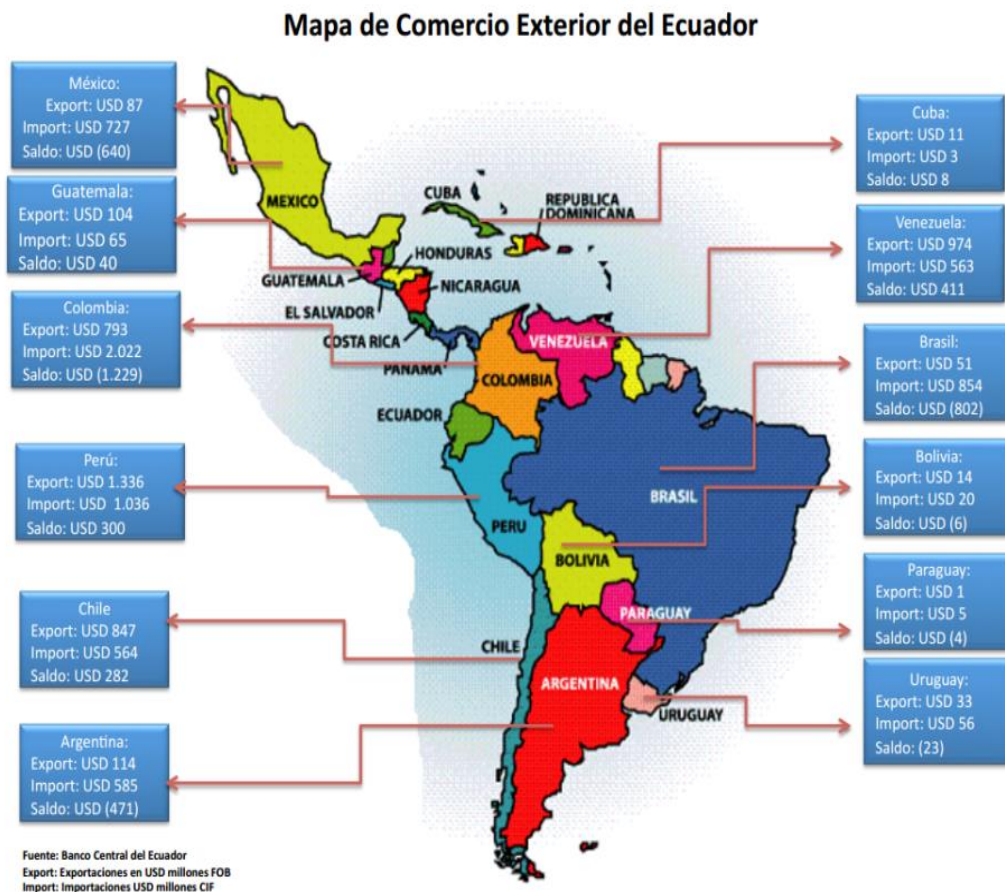
IMAGEN N°1.- Principales mercados de exportación año 2011.



Esto indica que el Ecuador tiene un buen número de mercados a los cuales les ofrece sus productos, incrementado sus exportaciones y de la misma manera ha mejorado la balanza comercial.

2.2. Balanza comercial del Ecuador con los países del bloque ALADI.

IMAGEN N°2.- Mapa de comercio exterior del Ecuador.



El mapa da a conocer los valores de las exportaciones, las importaciones y el saldo de la balanza comercial de los países miembros de la ALADI, la balanza comercial es aquella que en un tiempo determinado indica si el país tiene superávit es decir, si las exportaciones son mayores que las importaciones o si tiene un déficit, que es cuando las importaciones superan las exportaciones.

De acuerdo con lo que refleja el mapa Cuba, Chile, Perú y por supuesto Venezuela que es el país que cuenta con una de las balanzas más alta con un \$ 411 millones de dólares, son aquellos países que han sabido explotar sus recursos al máximo, dando a conocer sus riquezas alrededor del mundo, es por esto que tienen una balanza comercial favorable lo que indica que sus exportaciones han sido más que sus importaciones.

Asimismo, los demás países latinoamericanos como México, Colombia, Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay y Paraguay tienen una balanza comercial desfavorable lo que indica que las importaciones superan a las exportaciones.

2.3. Acuerdos comerciales del Ecuador

Según el tratado de Montevideo de 1980 de la Asociación Latinoamericana de Integración, (ALADI), indica que los acuerdos comerciales que tiene el Ecuador con los países latinoamericanos son:

*Preferencia Arancelaria Regional: Los países miembros se otorgarán recíprocamente una preferencia arancelaria regional, que se aplicará con referencia al nivel que rija para terceros países y se sujetará a la reglamentación correspondiente:

*Acuerdos de alcance regional: son aquellos en los que participan todos los países miembros.

*Acuerdos de alcance parcial: con la participación de dos o más países del área. Pueden referirse al intercambio de bienes en las áreas de la educación, cultura e investigación y desarrollo científico.

En la actualidad se siguen firmando estos acuerdos, ya que permiten a los países que son parte exportar con mayor facilidad y gozar de los beneficios que este les brinda.

2.4. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Según el tratado de Montevideo de 1980 de la Asociación Latinoamericana de Integración, (ALADI), indica que:

Es el mayor grupo latinoamericano de integración, con trece países que son Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, representando en conjunto 20 millones de kilómetros cuadrados y más de 510 millones de habitantes desde el año 1980 en que se creó hasta la actualidad.

El bloque económico antes conocido como ALALC que es la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio nace con la intención de integrar a los países latinoamericanos, permitiéndoles que intercambien sus riquezas sin ninguna clase de problemas sobre todo fomentando la integración entre los mismo pero no tuvo existo alguno es por esto que es reemplazado por la ALADI, Asociación Latinoamericana de Integración, que se forma con el propósito de que los países que integren el mismo se ayuden entre si es decir fomentando más sus relaciones comerciales, intercambiando sus productos sin aranceles, y el desarrollo de las actividades económicas que complementen la ampliación de los mercados.

2.4.1. Adhesión

Según el tratado de Montevideo de 1980 de la Asociación Latinoamericana de Integración, (ALADI), indica que:

Después de su entrada en vigor el presente Tratado quedará abierto a la adhesión de aquellos países latinoamericanos que así lo soliciten. La aceptación de la adhesión será adoptada por el Consejo. El Tratado entrará en vigor para el país adherente treinta días después de la fecha de

su admisión, los países adherentes deberán poner en vigencia en esa fecha los compromisos derivados de la preferencia arancelaria regional y de los acuerdos de alcance regional que se hubieran celebrado a la fecha de la adhesión.

La Asociación Latinoamericana de Integración permite el ingreso de aquellos países que deseen gozar de los beneficios que les ofrece este bloque económico ya que este busca el desarrollo económico y social de los mismos.

2.4.2 Funciones

Según el tratado de Montevideo de 1980 de la Asociación Latinoamericana de Integración, (ALADI), indica que:

Las normas y mecanismos del presente Tratado y las que dentro de su marco establezcan los países miembros, tendrán por objeto el desarrollo de las siguientes funciones básicas de la Asociación: la promoción y regulación del comercio recíproco, la complementación económica y el desarrollo de las acciones de cooperación económica que coadyuven a la ampliación de los mercados.

Este bloque económico trata de fomentar las relaciones de los países latinoamericanos para así tener mejor acceso al intercambio de productos sin aranceles.

2.5. Proceso de exportación

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (**SENAE, 2012**)

La exportación no es solo el intercambio de bienes y servicios a un determinado país, sino entregarles un producto de excelente calidad siguiendo las leyes y los procedimientos adecuados para que éste alcance el éxito deseado.

Por este motivo se debe conocer el procedimiento y la documentación adecuada para que las negociaciones sean más rápidas y con los resultados esperados.

2.5.1. Pre embarque

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE, 2012)

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

Cabe mencionar que la DAE es un documento muy importante y que sin ella no se podría exportar, es por esto que en la declaración hay que resaltar los siguientes datos como son; nombre del exportador, nombre del consignatario, descripción de toda la mercancía, su país de destino, cantidades, peso, etc, así mismo tener en cuenta los documentos como la factura comercial, autorizaciones y certificado de origen si se los requirieran.

2.5.2. Post embarque

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE, 2012)

El post embarque se realiza una vez aceptada la DAE, la mercancía entra al distrito o al depósito temporal donde se registra la carga y se la almacena previo a su exportación.

Luego se le avisa al exportador el canal de aforo que se le ha designado, estos pueden ser; Aforo Documental, es cuando el funcionario encargado del trámite, revisa la documentación electrónica y digital, sino encuentra ninguna novedad la carga puede ser embarcada inmediatamente.

Aforo Físico Intrusivo, es cuando el funcionario debe revisar la tanto la carga físicamente en un área del puerto como la documentación que ha sido entregada por el exportador.

Aforo Automático, esto se da en raros casos, es decir cuando han hechos muchas exportaciones y se conoce al cliente, en este aforo la autorización de salida es inmediata es decir apenas la mercancía ya se encuentre en la zona primaria o almacenes.

2.6. Exportación a consumo

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE, 2012) indica que, Exportación, es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

Al realizar exportaciones se están generando divisas para el país lo que garantiza una mejor economía.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos Utilizados en la Investigación

3.1.1. Método Inductivo

Mediante este método se conoció el cómo las exportaciones de productos no tradicionales (piña y mango), han aportado para que la balanza comercial este un poco más estable, así mismo se analizaron a los productores, exportadores para conocer su forma de exportar sus productos, ya que esto le servirá a las posibles personas que quieran vincularse con el comercio exterior, también se determinó la frecuencia con la que ocurren dichas exportaciones.

3.1.2. Método Deductivo

Mediante este método se conocieron las exportaciones de productos no tradicionales (piña y mango), que se han realizado a cada uno de los países miembros del bloque ALADI, con el fin de saber su aportación en la balanza comercial.

3.2. Construcción Metodológica del objeto de investigación

Este trabajo se ha realizado conforme a los parámetros que establece la Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor de tesis y proyecto que ha tenido como fin común trabajar en la elaboración de una tesis previa a la incorporación como Ingeniera en Comercio Exterior.

3.2.1 Nivel de investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que por medio de este se pudo analizar y describir las características importantes que tienen los productos que se van a exportar en este caso los productos no tradicionales a los distintos mercados (ALADI), los cuales durante mucho tiempo se los ha dejado de lado, ya que el Ecuador no cuenta con insumos adecuados que ayuden a su producción, a conocer la incidencia en el crecimiento de las mismas en la balanza comercial para saber si estas son o no favorables, mediante este se pudo comparar por qué se ha tenido preferencias para exportar productos tradicionales y petroleros, dejando de producir la gama de bienes que ofrece el Ecuador ya que este es rico en la agricultura

3.3 Elaboración del marco teórico.

El marco teórico se lo ha desarrollado en base a los antecedentes de estudio, los cuales están conectados con el tema, el Marco teórico, que es donde se buscan fuentes verídicas de información para el desarrollo de la misma y por ultimo del marco Legal, basándose en información legal, es decir que ya este establecida en este caso en el tratado de Montevideo de 1980.

3.4. Recolección de la Información Empírica

3.4.1. Información Primaria

Las técnicas que se utilizaron en esta investigación fueron la documental y de campo, las cuales permitieron recolectar información suficiente y tener fundamento para sustentar este proyecto

Documental, ya que se tuvo que recopilar información de los distintos medios y basarlos a la realidad, en este caso en los datos que nos brindó el banco central y las entrevistas que se les hicieron a las personas vinculadas con el comercio exterior..

De campo, ya que permitió observar y analizar la situación económica del país, así como los procesos de exportación y la serie de documentos que se necesitan para el mismo.

3.4.2. Información Secundaria

La información secundaria se ha recopilado con la ayuda de libros, páginas web, documentos, revistas, leyes entre otras las cuales han permitido cumplir con esta investigación

3.5. Descripción de la Información Obtenida

Para el estudio de esta investigación se utilizaron fuentes primarias y secundarias, para el desarrollo de la primaria se realizaron entrevistas a diferentes exportadores y productores, para conocer si estas exportan productos no tradicionales, en este caso frutas como piña y mango.

Dentro de las personas entrevistadas están:

EMPRESA	CIUDAD	PERSONA ENTREVISTADA
SSMO COMX S.C.C	Santo Domingo de los Tsachilas	Karla Vera
Exofrut	Via a la Costa Guayaquil	Ing. Paula Ullauri
Expocañarte S.A.	Guayaquil	Franklin Carte
Pivano S.A.	Guayaquil	Raul Alava
Banco Central del Ecuador	Guayaquil	William Cervantes

Estas entrevistas ayudaron a conocer los productos que más se exportan, donde se producen, cuales son los mercados a los que están dirigidos, lo cual es un aporte fundamental para la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1. Productos no tradicionales del Ecuador

El Ecuador es un país que ha venido exportando productos petroleros y tradicionales en gran cantidad, de acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central lo que se puede notar es que las exportaciones en el año 2012 fueron de USD 18'203.402,00 en valor FOB y el volumen que se ha exportado es de 146,884 toneladas, las mismas que han aumentado en comparación al año 2011 que fue de USD 17'473.799,00 en valor FOB y volumen 141,211 toneladas, siendo el mayor sustento del presupuesto económico del país, sin embargo cabe mencionar que existen también productos no tradicionales que se exportan aunque en menor cantidad y que de acuerdo a las estadísticas reflejan que en el año 2012 exporto un valor FOB de USD 5'695.332,00 y el volumen es de 2,547 toneladas en comparación al año 2011, que fue de USD 4'848.555,00 de valor FOB y el volumen fue de 2,377 toneladas.

De esta manera se puede evidenciar, que no solo se explotan productos petroleros y tradicionales sino también productos no tradicionales, debido a que el Ecuador es rico en variedades marítima, madereras, mineras y agrícolas, en especial estas últimas que son apetecidas por el mundo incidiendo de manera positiva en el trato comercial del país con los diferentes bloques económicos.

Esto da a entender que el Ecuador está avanzando hacia la exportación de los productos no tradicionales, que por sus características son competitivos, se pueden comercializar con valor agregado como pueden ser enlatados, zumo, mermelada, entre otros.

Las exportaciones de productos tradicionales durante los últimos años han variado notablemente como se lo puede notar en la tabla 1.

TABLA N°1.- Productos tradicionales y Petróleo

PRODUCTOS TRADICIONALES Y PETROLEO	ENE-DIC 2009		ENE-DIC 2010		ENE-DIC 2011		ENE-DIC 2012	
	VOL	VALOR FOB	VOL	VALOR FOB	VOL	VALOR FOB	VOL	VALOR FOB
BANANO Y PLATANO	5,728	1,995,654	5,156	2,032,769	5,668	2,246,465	5,207	2,091,681
CAMARON	136	664,419	151	849,674	187	1,178,389	209	1,275,334
CACAOS ELABORADOS	144	402,634	134	424,912	182	586,52	173	455,686
ATUN Y PESCADO	83	233,602	88	237,405	72	257,38	86	328,624
CAFÉ Y ELABORADOS	41	139,716	39	160,946	56	260,177	52	260,151
TOTAL	6,132	3,436,025	5,568	3,705,706	6,166	4,528,931	5,726	4,411,476
PETROLERAS	133,279	6,964,638	136,252	9,673,228	135,045	12,944,868	141,158	13,791,926
TOTAL	139,411	10,400,663	141,82	13,378,934	141,211	17,473,799	146,884	18,203,402

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como se puede notar el banano y el camarón luego de la crisis de la mancha blanca en el año 1999, han mejorado su condición de negociación sin dejar de tomar en consideración que el petróleo siempre lleva ventaja en la condición del mercado.

Las exportaciones de productos no tradicionales en cambio no son muy comunes, esto es debido al nivel exótico que pueda considerarse un producto en otros países para su consumo, o a la poca experiencia que se ha tenido en el ámbito comercial para su exportación, entre estos están:

TABLA N°2.- Productos no tradicionales

ITE	PRODUCTOS NO TRADICIONALES	ENE-DIC 2009		ENE-DIC 2010		ENE-DIC 2011		ENE-DIC 2012	
		VOL	VALOR FOB	VOL	VALOR FOB	VOL	VALOR FOB	VOL	VALOR FOB
1	ENLATADOS DE PESCADO	178	632,774	172	603,739	211	872,651	232	1,126,081
2	FLORES NATURALES	101	546,701	106	607,765	117	675,679	120	735,241
3	VEHICULOS	41	256,344	30	374,891	32	394,058	51	
4	PRODUCTOS MINEROS	551	62,714	41	89,139	32	116,281	57	439,679
5	OTRAS MANUFACTURAS DE METAL	72	276,406	93	332,753	87	301,87	98	396,018
6	EXTRACTOS Y ACEITES VEGETALES	240	210,728	189	196,893	288	371,391	313	364,456
7	QUIMICOS Y FARMACOS	53	118,691	68	190,229	58	204,826	79	254,806
8	MANUF. DE CUERO, PLASTICO Y CAUCHO	41	128,331	50	159,116	59	216,423	61	218,967
9	MADERA	299	99,473	312	131,476	243	150,51	302	161,743
10	JUGOS Y CONSERVAS DE FRUTAS	117	180,575	142	197,231	76	164,435	63	204,878
11	OTRAS MANUF. TEXTILES	16	141,476	19	167,027	24	152,765	26	113,184
12	HARINA DE PESCADO	85	74,626	77	97,161	90	117,474	93	114,561
13	ELABORADOS DE BANANO	36	36,364	38	38,048	123	81,538	116	83,963
14	MADERAS TRENCIADAS Y	56	43,18	65	48,565	100	49,394	158	62,592

	PRENSADAS								
15	MANUF. DE PAPEL Y CARTON	37	34,79	42	47,076	52	62,378	63	67,683
16	FRUTA	179	73,612	158	66,07	189	76,731	164	76,302
17	TABACO EN RAMA	4	38,429	4	37,142	4	41,656	4	44,617
18	OTROS ELABORADOS DEL MAR	18	17,331	15	18,769	13	22,363	19	31,401
19	PRENDAS DE VESTIR DE FIBRAS TEXTILES	2	21,508	2	22,019	2	26,256	2	24,845
20	ABACA	10	12,888	11	13,126	10	12,907	11	16,989
21	OTROS	564	455,455	478	670,759	568	686,97	513	652,751
	TOTAL	2,699	3,462,395	2,11	4,110,994	2,377	4,848,555	2,547	5,695,332

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

Con la finalidad de conocer aquellos productos no tradicionales que se han destacado más en los últimos años en sus exportaciones al mundo, en la tabla 2 se puede identificar con facilidad a los enlatados de pescado, a los fármacos, manufactureros y semielaborados que empiezan a crecer de mejor manera, sin embargo no se puede dejar de revelar la importancia que tienen las frutas en el comercio internacional, en el ítem N° 10 se puede notar como los jugos y conservas de frutas han crecido en los periodos 2009 al 2012.

Es por esto que si se aumenta el interés en las exportaciones y si se añade valor agregado al producto, los productores al asociarse con otros pueden crecer juntos y ser reconocidos a nivel internacional, incidiendo en la balanza comercial y que el país ya no sea dependiente del petróleo, permitiendo así generar más riquezas.

Ecuador posee una gran variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable, esto se da gracias a la posición geográfica en la que se encuentra ubicada y a la existencia de

microclimas que hacen que la producción sea de excelente calidad por lo que compite fácilmente en los mercados internacionales.

4.2. Características

Toda economía se caracteriza por tener tanto ventaja comparativa como ventaja absoluta de su producción para mantener el buen nivel de vida de su población.

La ventaja comparativa que tiene un país en cuanto a su producción natural, es aquella sobre la que recaen las certeras estrategias de producción y marketing para tener la preferencia en el mercado, pues son altamente competitivas a nivel mundial y su producción es alta, por lo que un comprador extranjero le dará preferencia al producto cuyo país le ofrezca un mejor precio y una buena calidad del producto.

La ventaja absoluta en cambio se caracteriza porque la producción de un país es exclusiva de una determinada región geográfica, es desconocida en la mayoría de países cercanos inclusive; y por lo tanto ni se diga en los países lejanos con muy distintas características, condiciones y costumbres.

El Ecuador se caracteriza por ser un país consumista donde a las personas les gusta vivir bien, se puede decir que donde hay un consumismo alto, es donde se compra, se vende, se genera empleo, se crean industrias, es decir se logra un bienestar ya que el consumo alienta el comercio, pero cuando el país está en crisis estos tratan de economizar en el sentido material de consumo primario y no en productos suntuarios.

En lo que al país se refiere, el Ecuador tiene una gran variedad de climas y suelos, muy apropiados para el sector productor agrícola; las frutas como el mango, piña, guanábana y un sin número más de frutas naturales son reconocidos en el mundo por su calidad, propiedades beneficiosas para la salud, sabor exquisito y porque cumplen con todas las normas establecidas.

Según las encuestas realizadas a las diferentes empresas exportadoras como Durexporta, Exofrut, entre otras indican que los productos no tradicionales se exportan, con sus características propias es decir la fruta en sí, estos requieren únicamente de la recolección y la venta pero no pasan por ningún proceso de cambio, a diferencia de los que se les da un valor agregado al momento de exportarlo como zumo, mermeladas, etc

4.3. Clasificación

El Ecuador es un país privilegiado para el cultivo de las frutas tropicales como piña y mango debido a las amplias variaciones climáticas con los que cuenta, las exportaciones de estas frutas son apetecidas por los diferentes mercados por su calidad y porque tienen beneficios para la salud.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2013):

Las frutas principales no tradicionales que se han exportado últimamente son, Mango, Piña, Papaya hawaiana, Maracuyá, Granadilla, Pitahaya, Uvilla, Limón Tahití, Guayaba, Aguacate (Hass).

IMAGEN N°3.- Frutas tropicales no tradicionales.



Estas frutas se consideran naturales por su color, textura, aroma, componentes, se las denomina exóticas por lo que son apetecidas en los mercados internacionales como fruta fresca en sí es decir sin ningún valor agregado, jugos, mermeladas, jugos deshidratantes, etc.

En la siguiente tabla se muestra otras maneras de exportación de las frutas tropicales industrializadas y producidas en el Ecuador con su respectiva subpartida.

TABLA N°3.- Frutas industrializadas en Ecuador.

FRUTAS INDUSTRIALIZADAS EN ECUADOR	
Subpartida	Descripción
2008993000	Mangos, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol
2008999000	Demás frutas u otros frutos y partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol (excepto de frutos de cáscara, de piñas, de agrios, de peras, de damascos, de cerezas)
2009801200	Jugos de maracuya o parchita (<i>Passiflora edulis</i>), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
2008920000	Mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarada o edulcoradas de otro modo o con alcohol
2009801900	Jugos de las demás frutas (p. ej.: de melón), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
2008300000	Agrios, preparado o conservado de otra forma, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol
2009801400	Jugos de mango, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
2009490000	Jugo de piña (ananá) sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR.

Fuente: Banco Central del Ecuador 2012

El Ecuador exporta productos no tradicionales a algunos países latinoamericanos como son Panamá, Perú, Colombia, Venezuela, Brasil, Argentina y en mayor cantidad a Chile, según datos oficiales que se publican en la página del Banco Central, en la siguiente tabla se muestra las principales frutas que se exportan hacia este país con su respectivo nombre científico.

TABLA N°4.- Principales Frutas Tropicales

Principales Frutas Tropicales Ecuatorianas Exportadas a Chile	
Nombre Común	Nombre Científico
Piña	<i>Ananas spp</i>
Mango	<i>Mangifera indica</i>
Papaya	<i>Carica papaya</i>
Limón Sutil	<i>Citrus aurantifolia</i>
Limón Tahiti	<i>Citrus latifolia</i>

Fuente: Servicio Agrícola Ganadero

Elaborado por: Dirección de inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (PROECUADOR)

Las frutas tropicales ecuatorianas que se consumen en Chile, son frescas o industrializadas como en preparaciones de jugos, concentrados, congelados, compotas, conserva de dulces, jaleas, mermeladas, entre otras presentaciones.

TABLA N°5.- Exportaciones Ecuatorianas

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FRUTAS TROPICALES A CHILE							
Valor FOB - Miles de USD							
Subpartida	Descripción	2007	2008	2009	2010	TCPA 2007-2010	Participación 2010
0804300000	PIÑAS (ANANÁS)	3,153	3,585	5,877	7,569	33.89%	95.44%
0811909900	LOS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS, INCLUSO CON ADICIÓN	96	491	425	302	46.56%	3.81%
0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES	107	72	78	51	-21.60%	0.65%
0811909100	MANGO (MANGIFERA INDICA L.)	7	22	32	8	4.23%	0.10%
0810909000	LOS DEMÁS FRUTAS O OTROS FRUTOS, FRESCOS	0	0	186	0	*	0.00%
0811909000	LOS DEMÁS FRUTAS	104	0	0	0	*	0.00%
0807200000	PAPAYAS	72	9	0	0	*	0.00%
0810902000	CHIRIMOYA, GUANÁBANA Y DEMÁS ANONAS (ANNONA SPP.)	2	0	0	0	*	0.00%
0804501000	GUAYABAS	1	0	0	0	*	0.00%
0810904000	PITAHAYAS (CEREUS SPP.)	0	0	1	0	*	0.00%
Total		3,543	4,178	6,599	7,931	30.82%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR.

Esta tabla muestra las exportaciones ecuatorianas de frutas tropicales al mercado chileno, donde se puede notar que la tasa de crecimiento de promedio anual ha sido de 33.89% en lo que es piñas, seguido de las demás frutas con 46.56% y de tercero los mangos o mangostanes que muestran una caída con un -21.60%, la fruta que tuvo mayor participación en el 2010 fue la piña (ananás) con un 95.44%.

La entrada de las frutas tropicales al mercado chileno se beneficia con preferencia 0% gracias al acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica APP.CE. N°65 que existen entre ambos países.

Enfocando a la exportación de la piña y el mango se dice que la forma de consumirlas en Chile es en su estado natural es decir la fruta fresca y en elaborados de jugos.

El mango es una fruta muy versátil que puede consumirse en sus diferentes etapas de maduración, además el milenario esfuerzo de los cultivadores nos ha legado una gran variedad de mangos que deleitan nuestro paladar con sus diferentes características. Los mangos pueden disfrutarse como fruta, en ensaladas, en licuados, jugos y aguas, para preparar salsas, encurtidos (mango verde), deshidratado y de múltiples formas, también se han utilizado los mangos y otras partes de la planta con fines medicinales desde hace miles de años.

Es una planta herbácea que para crecer en su estado óptimo, necesita de clima tropical, además debe madurar en la propia planta, sino estará ácida a la hora de comerse.

El mango es de color rojo o amarillo dependiendo de su variedad, es requerido en países como EE.UU, Canadá, Colombia, España, México, Alemania, Nueva Zelanda, Holanda, Rusia, Chile.

IMAGEN N° 4 Fruta tropical mango pelado



La piña es una fruta exótica, para que esta esté lista para la exportación no debe presentar quemaduras de sol, golpes, manchado pardo interno, daños por insectos, ni gomosi, tener un buen tamaño, color y forma.

La piña tiene gran demanda a nivel internacional, debido a su excelente sabor extra dulce, el color dorado de la cáscara, alto contenido de vitamina C, sabor tropical, exótico y bajo nivel de acidez y esta es cultivado en su mayor parte en la provincia de los Ríos.

La planta de la piña procede de América del Sur y tiene el entorno de crecimiento ideal precisamente en Ecuador, las piñas como los plátanos, poseen la capacidad de madurar por sí solas hasta alcanzar un determinado tamaño es por esto que facilita su traslado y suministro vía marítima hasta cualquier lugar del mundo.

Según el Instituto de Promoción de Exportadores e Inversiones, (PROEcuador 2011)

La producción de piña en el Ecuador ha evolucionado favorablemente en la última década gracias a las excelentes condiciones para el cultivo de esta fruta, donde las principales zonas de cultivo son las provincias de la Costa por ser una fruta tropical, en primer lugar resalta Guayas, seguido de los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, El Oro, Esmeraldas y Manabí.

En los últimos años este cultivo ha tenido un crecimiento en la producción debido al incremento en la demanda a nivel internacional. Es importante incentivar a los productores y exportadores del país para que trabajen en conjunto, para que la piña ecuatoriana se posicione en los diversos mercados por sus características de calidad

IMAGEN N°5.- Fruta tropical piña.



4.4. Oferta Exportable

El país cuenta con profesionales muy capacitados tanto en el área agrícola como en el área comercial, para que la oferta exportable sea que esté sobre la base de un excedente de producción o bajo exclusivo pedido del importador, llegue a su destino en las mejores condiciones físicas, químicas y comerciales atendiendo a las expectativas de quienes las pretenden, satisfaciendo las necesidades y cumpliendo así con sus objetivos propuestos.

La oferta exportable del Ecuador se ha mantenido durante mucho tiempo con un conjunto de productos los cuales son el petróleo y los primarios, como el banano y plátano, camarón, cacao elaborados, atún y pescado, café y elaborados.

Los productos no tradicionales son los productos que generalmente un país no exporta en mayor cantidad y lo hacen con valor agregado o en su estado natural, como frutas, flores naturales, químicos y fármacos, madera, jugos y conservas de frutas entre otros los no tradicionales representan un porcentaje menor de las exportaciones del país.

Los productores del Ecuador han venido haciendo su trabajo de acuerdo a las exigencias de los diferentes mercados y cumpliendo con estándares de calidad, para que su producto tenga una buena acogida, por ejemplo Asopiña cuenta con 3.300 hectáreas lo que le facilita el trabajo ya que es amplio, ellos preparan la tierra con abono orgánico y abonos verdes, para la siembra usa material purificado el mismo clasificado por peso, la nutrición de la planta se hace bajo un adecuado y permanente análisis del estado nutricional de las hojas y así mismo los controles fitosanitarios se lo hace bajo un control de plagas para mantener un reducido uso de agroquímicos después de 5 meses se inicia la cosecha, luego la fruta pasa a la empacadora donde se tiene que tener mucho cuidado para no estropearlas.

He aquí los principales productores de frutas tropicales como piña, mango y sus respectivas direcciones.

TABLA N. 6.- Productores de Piña.

PRODUCTORES DE PIÑA	CIUDAD	DIRECCION
Jeproll	Guayaquil	Ciudadela Kennedy Norte , MZNA
Asopiña	Los Ríos	701, Villa 34, Planta 3
SSMO COMX S.C.C	Santo Domingo de los Tsachilas	Vía santo domingo quito s/n y margen derecho, junto a la fábrica hormitubo

Elaborado por: Autora

Fuente: PROECUADOR

TABLA N. 7.- Productores de Mango.

PRODUCTORES DE MANGO	CIUDAD	DIRECCION
Jeproll	Guayaquil	Ciudadela Kennedy Norte , MZNA
Fundacion mango Ecuador	Guayaquil	701, Villa 34, Planta 3
SSMO COMX S.C.C	Santo Domingo de los Tsachilas	VIA SANTO DOMINGO QUITO S/N Y MARGEN DERECHO , JUNTO A LA FABRICA HORMITUBO

Elaborado por: Autora

Fuente: PROECUADOR

IMAGEN N°6.- Mapa de los lugares de producción de piña y mango.



Como se puede notar en las tablas anteriores y en el respectivo mapa, las zonas de cultivos donde se da la piña y el mango son Guayaquil, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsachilas.

4.5. Producción

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) El Ecuador es un país beneficiario de una espesa y fértil tierra muy rica en nutrientes químicos y orgánicos, que incuban fructíferas semillas que con su ciclo propio establecido por la naturaleza germinan en frondosas vegetaciones de donde nacen variedades e innumerables frutas, que son muy apetecidas y provocan tentación gustativa a quienes los contemplan y deleite a quienes disfrutan de ellos.

Esa inmensa variedad dentro de la cual, pudieran inclusive no revelarse aun maravillosas especies que aguardan por su tiempo y su momento ofrece bondadosos frutos exclusivos de privilegiadas regiones que se identifican como no tradicionales, el suelo se compone de nutrientes como cal, fosfatos, sulfatos, potasio, manganeso y otros, y la calidad de la tierra se caracteriza por ser dura, negra y dúctil.

A continuación se presenta una tabla donde se muestra la producción de las empresas productoras de productos no tradicionales como piña mango, en las diferentes provincias.

TABLA N° 8.- Producción de piña

PRODUCTORES DE PIÑA	HECTAREAS	USD MILLONES	PRODUCCION EN TONELADAS
Jeproll	3.500	30	30.000
Asopiña	3.300	28	35.000
SSMO COMX S.C.C	4.000	38	45.000

Como se puede observar en la tabla N°8 la mayor producción de piña se da en Santo Domingo con 38 millones de dólares ya que cuentan con 4.000 hectáreas donde se da el cultivo de las

mismas, siempre con un procedimiento que cumple con los estándares de calidad que exigen, seguido de la provincia de los Ríos y luego de Guayaquil.

TABLA N° 9.- Producción de mango

PRODUCTORES DE MANGO	HECTAREAS	USD MILLONES	PRODUCCION EN TONELADAS
Jeproil	3.500	30	30.000
Fundación mango Ecuador	3.400	29	25.000
SSMO COMX S.C.C	4.000	34	45.000

En esta tabla N° 9, también se refleja que la mayor producción del mango se da en Santo Domingo con 34 millones de dólares, seguido de la provincia del Guayas.

Al analizar las producciones de la piña y mango se nota que la producción se da en grandes cantidades y aportan a la economía del país, las cuales son apetecidas por el mercado nacional e internacional, estas frutas se produce en todas las épocas del año y si logran abastecer las demandas de los países que las requieran, logrando hasta 38 millones de dólares por año.

Es por esto que el país ya no debe solo enfocarse en explotar y vender productos primarios, más aún si estos no son renovables, tiene que industrializarse y avanzar hacia la exportación de servicios modernos, en los cuales haya mucho talento y mucha tecnología, por valores significativos que crezcan como en su momento crecieron las ventas de flores o las de camarón, y que impacten en las economías de regiones ahora retrasadas, para formar nuevo polos de desarrollo.

Para incrementar la producción y la productividad nacional es necesario el apoyo del Gobierno, apoyando todo tipo de emprendimiento de las PYMES para producir, ya que de esta manera logra el beneficio del país en lo que se refiere a la balanza comercial, también crea fuentes de empleos y mantiene la competitividad del país, es por esto que Exporta fácil ayuda a las Pymes facilitando y agilizando sus exportaciones para alanzar el éxito en sus negociaciones.

4.6. Evolución de las exportaciones totales

Según datos proporcionados por los boletines publicados por (PROECUDOR 2012), se puede notar que las exportaciones tradicionales como no tradicionales a medida que han pasado los años han evolucionado favorablemente en los dos campos, por lo que analizando las exportaciones se puede notar que en el periodo enero – octubre 2007 tuvo USD 11.434 millones en valor FOB, en el periodo 2008 subió a USD 16.837 valor FOB, aunque en el periodo 2009 bajo a USD 11.145 millones en valor FOB debido al precio del petróleo, en el periodo 2010, 2011 y periodo enero – octubre 2012 se fue recuperando hasta llegar a USD 20.008 millones valor FOB.

He aquí el grafico estadístico de las exportaciones desde el año 2007 al 2012.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUDOR 2012) indica:

IMAGEN N° 7.- Evolución de las exportaciones totales.



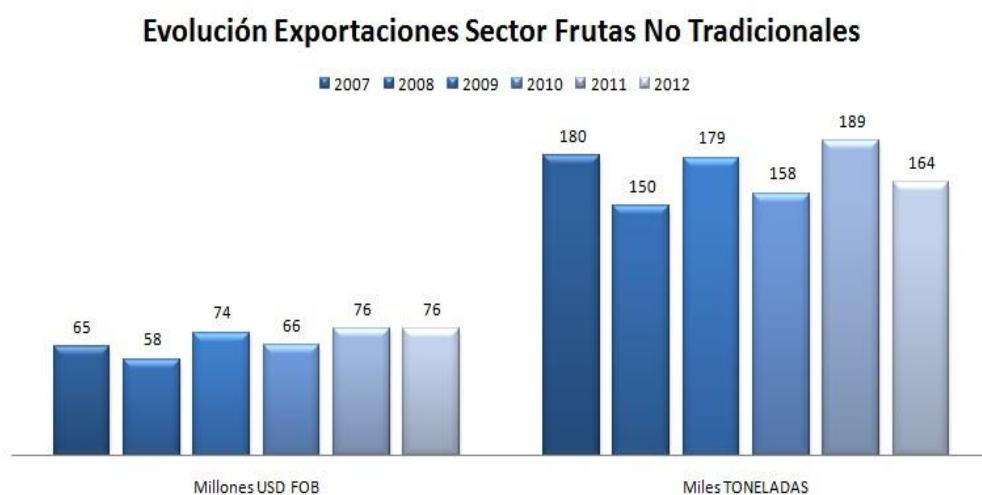
4.6.1. Evolución de las exportaciones no tradicionales

En los últimos 5 años en el Ecuador, las exportaciones de los productos no tradicionales han tenido un lugar importante en el mercado internacional, los cuales ven a los productos como productos de alta calidad, nutritivos y sobre todo novedosos.

El Ecuador se está enfocando en exportar productos nuevos e innovadores, gracias a que este cuenta con una variedad de productos que son renovables a corto plazo lo que garantiza que va a tener mayor éxito en menos tiempo en especial en el sector de frutas.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR 2012) indica que:

IMAGEN N° 8.- Evolución exportaciones sector frutas no tradicionales.



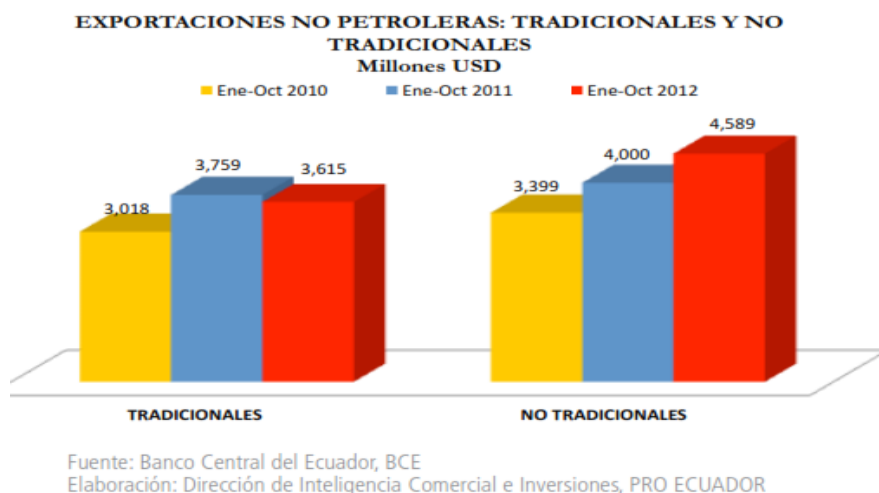
Las exportaciones de frutas no tradicionales han ido evolucionando favorablemente

4.6.2. Comparación entre exportaciones tradicionales y no tradicionales

Las exportaciones en general son muy importantes para la economía del país, por lo que es necesario analizar qué productos son los que más han tenido salida y sobre todo aceptación en el exterior, para así sacarles provecho.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR 2012) indica:

IMAGEN N° 9.- Exportaciones no petroleras; tradicionales y no tradicionales.



La exportación de productos Tradicionales en el período de enero a octubre del 2012 disminuyó 3.83% en comparación del mismo período del 2011, mientras que la exportación de productos No Tradicionales se incrementó un 14.75%

En esta comparación se puede notar que el Ecuador está haciendo conocer las variedades de productos que posee, ya que estas durante los periodos enero - octubre de los años 2010, 2011 y 2012 han ascendido, lo cual indica que se están dando más las exportaciones no tradicionales que las tradicionales

4.7. Principales destinos de las exportaciones del Ecuador

El Ecuador tiene muchos mercados a los cuales les ofrece sus productos pero desea ampliar sus exportaciones a los países miembros del bloque ALADI para poder lograr el objetivo de un mercado común, he aquí los principales destinos a los que se van estas exportaciones.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR 2012) indica:

TABLA N°10.- Principales destinos exportaciones no petroleras.

PRINCIPALES DESTINOS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR - Miles USD FOB Enero - Octubre del 2012		
Pais	Monto	Participación %
ESTADOS UNIDOS	1,823,287	22.22%
COLOMBIA	865,777	10.55%
VENEZUELA	736,159	8.97%
RUSIA	584,600	7.12%
ITALIA	411,838	5.02%
ESPAÑA	383,192	4.67%
ALEMANIA	312,833	3.81%
HOLANDA(PAÍSES BAJOS)	280,755	3.42%
CHILE	273,106	3.33%
PERU	266,891	3.25%
FRANCIA	203,845	2.48%
BELGICA	183,344	2.23%
CHINA	159,269	1.94%
REINO UNIDO	142,808	1.74%
JAPON	134,324	1.64%
BRASIL	113,660	1.39%
VIETNAM	102,965	1.25%
ARGENTINA	89,154	1.09%
MEXICO	78,925	0.96%
TURQUIA	78,441	0.96%
DEMÁS PAÍSES	980,181	11.95%
Total	8,205,355	100.00%

Fuente y Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR.

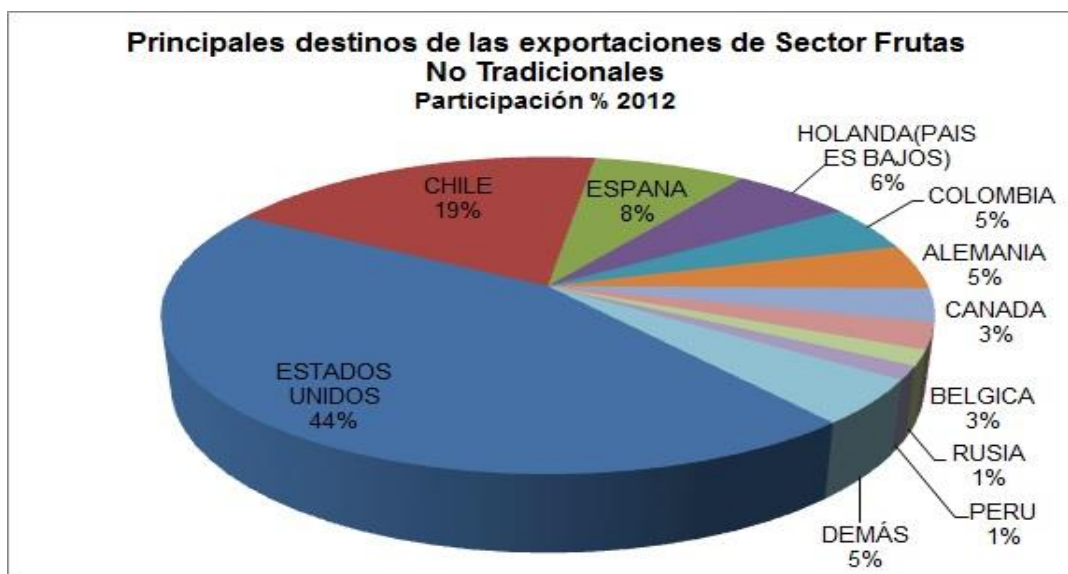
Como principal destino donde se van las exportaciones tradicionales y no tradicionales se encuentra Estados Unidos con un 22.22% de participación, seguido de Colombia con un 10.55% y Venezuela con un 8.9%, al analizar este cuadro se puede notar que 8 países son Latinoamericanos y que el Ecuador está logrando su objetivo.

4.7.1. Principales destinos de exportación sector frutas.

Las exportaciones de sector frutas han tenido gran éxito en los mercados internacionales, gracias a que son alimentos nutritivos y que por sus características han tenido una buena acogida.

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)indica:

IMAGEN N°10.- Principales destinos exportaciones de sector frutas no tradicionales.



El primer mercado al cual se exportan las frutas no tradicionales es Estados Unidos con un 44% de participación, seguido de un país latinoamericano como es Chile con un 19%, España 8%, Holanda 6%, Colombia 5%, Alemania 5%, Canadá 3%, Bélgica 3%, Rusia 1%, Perú 1% y demás con un 5%.

4.8. Exportaciones de Ecuador a países de ALADI de piña y mango

Las exportaciones de productos tradicionales se da en todos los países latinoamericanos en grandes cantidades pero en lo que respecta a los productos no tradicionales como piña y mango solo se da en ciertos países, estas han sido todo un éxito en los pocos mercados internacionales latinoamericanos debido a que ya tienen conocimiento de los beneficios de los mismos.

Según datos del Banco Central del Ecuador, (BCE) las siguientes tablas muestran las exportaciones de piña y mango de Ecuador a ALADI desde 2007 al 2012.

TABLA N°11.- Exportaciones de piña y mango a países ALADI.

EXPORTACIONES DE PIÑAS DESDE ECUADOR A ALADI 2007 - 2012											
2007		2008		2009		2010		2011		2012	
PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB
ARGENTINA	521,55	ARGENTINA	826,6	ARGENTINA	103,92	COLOMBIA	82,232	ARGENTINA	118,64	ARGENTINA	83,075
COLOMBIA	471,61	COLOMBIA	52,811	COLOMBIA	73,116	CHILE	7568,5	COLOMBIA	21,014	COLOMBIA	3,388
CHILE	3153,3	CHILE	3584,7	CHILE	5877,5			CHILE	11845	CHILE	14062
URUGUAY	4,564	URUGUAY	15,358					PERU	1	URUGUAY	62,627
								URUGUAY	61,164		
TOTAL	4151	TOTAL	4479,4	TOTAL	6054,5	TOTAL	7650,8	TOTAL	12047	TOTAL	14211

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central de Ecuador

EXPORTACIONES DE MANGOS DESDE ECUADOR A ALADI 2007 - 2012											
2007		2008		2009		2010		2011		2012	
PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB	PAISES	VALOR FOB
ARGENTINA	18,6	ARGENTINA	66	COLOMBIA	509,19	COLOMBIA	757,8	COLOMBIA	929,33	COLOMBIA	884,994
COLOMBIA	182,723	COLOMBIA	352,64	CHILE	77,616	CHILE	51,48	CHILE	133,94	CHILE	298,847
CHILE	106,827	CHILE	71,714	MEXICO	803,65	MEXICO	400,22	MEXICO	307,3	MEXICO	883,656
MEXICO	716,364	MEXICO	327,17								
TOTAL	1024,51	TOTAL	817,52	TOTAL	1390,5	TOTAL	1209,5	TOTAL	1370,6	TOTAL	2067,5

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central de Ecuador

En estas tabla se puede notar las exportaciones de las piñas en los años 2007 – 2012, la cual se da en cinco países latinoamericanos lideradas por Chile, seguido de Argentina, Colombia, Uruguay y Peru, esta fruta ha aportado en si con un 0,19 % millones de dólares en valor FOB. Así mismo las exportaciones de mango en los mismos años, se dan en cuatro países latinoamericanos liderados también por Chile, seguido de México, Colombia y Argentina aportando con un 0,030% millones de dólares en valor FOB.

Esta ha sido la aportación de la piña y mango en cuanto al total de las exportaciones de productos no tradicionales de lo que se refleja en la balanza comercial.

4.9. Balanza comercial del Ecuador

La balanza comercial en los últimos años ha ido mejorando gracias a la mayor aportación de las exportaciones petroleras, ya que al no tomarlas en cuenta la balanza comercial permanece con un saldo superavitario debido a que el Ecuador depende de este producto.

Según datos estadísticos publicados en la página del Banco Central del Ecuador, la siguiente tabla muestra la balanza comercial de enero a junio del 2012 y de enero a junio del 2013, en donde se puede notar que la balanza comercial petrolera del año 2013 está en superávit es decir que se han realizado más exportaciones petroleras que importaciones en comparación al año 2012, con una variación del 21,20%, en cambio la balanza no petrolera a pesar de estar con un déficit de USD -4.346,66 en el año 2012 se ha recuperado ya que en el año 2013 fue de USD-4.3198,44 con una variación del 3,40%.

TABLA N°12.- Balanza comercial

	Ene - Jun 2012		Ene - Jun 2013		Variación 2013 – 2012	
	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB
Exportaciones Totales	14.431	12.256,32	14.148	12.165,79	-2,00%	0,70%
Petroleras	73.145	7.405,56	69.574	6.756,23	-4,90%	-8,80%
No petroleras	4.266	4.850,76	4.442	5.409,56	4,10%	11,50%
Importaciones Totales	6.965	11.769,31	7.526	12.557,46	8,10%	6,70%
Bienes de consumo	573	2.435,56	448	2.328,46	-21,80%	-4,40%
materias primas	3.600	3.540,42	3.915	3.888,87	8,70%	9,80%
bienes de capital	273	3.198,70	279	3.336,84	1,90%	4,30%
combustibles y lubricantes	2.517	2.571,89	2.882	2.949,46	14,50%	14,70%
Diversos	2.2	21,28	3.3	30,10	52,00%	41,50%
Ajustes		1.46		23,73		
Balanza Comercial - Total		487,01		-391,67		-180,40%
Bal. Comercial - Petrolera		4.833,67		3.806,77		-21,20%
Bal. Comercial - No Petrolera		-4.346,66		-4.198,44		3,40%

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central 2013

4.9.1. Balanza comercial del Ecuador de los años 2007 – 2012

A continuación se detallaran las balanzas comerciales de los últimos 5 años, en valor FOB y su respectivo volumen de exportación para comprender la variación de las mismas.

TABLA N° 13.- Balanza comercial total enero – diciembre 2007 al 2012

	ENE - DIC 2007		ENE - DIC 2008		ENE - DIC 2009		ENE - DIC 2010		ENE - DIC 2011		ENE - DIC 2012	
	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB	Vol.	Valor FOB
Exportaciones Totales	27.733	14'321.316	27.923	18'489.786	27.232	13'762.276	26.538	17'369.224	27.518	22'292.250	27.911	23'898.734
Petroleras	139.974	8'328.566	142.134	11'672.819	133.279	6'964.595	135.934	9'648.704	134.728	12'912.925	141.158	13'791.926
No petroleras	8.007	5'992.750	7.905	6'816.968	8.735	6'797.681	7.632	7'720.521	8.792	9'379.325	8.273	10'106.807
Importaciones Totales	10.844	12'907.111	11.345	17'608.949	11.260	14'094.659	12.850	18'858.647	14.474	23'009.547	14.267	24'041.538
Bienes de consumo	811	2'901.330	1.068	3'851.922	920	3'070.286	1.052	4'116.424	1.144	4'742.920	1.053	4'825.738
materias primas	5.946	4'093.484	6.193	5'831.336	5.814	4'674.920	6.517	5'914.702	7.549	7'231.015	7.365	7'291.054
bienes de capital	364	3'319.344	468	4'501.466	398	3'926.655	496	5'129.008	531	5'844.619	543	6'417.605
combustibles y lubricantes	3.723	2'578.324	3.613	3'226.259	4.117	2'333.800	4.772	3'433.013	5.245	5'086.539	5.301	5'441.136
Diversos	0	2'578.324	3	13.017	10.37	66.443	11.91	75.559	5	40.713	4	42.207
Ajustes		2.759		184.950		22.556		189.941		63.741		23.798
Balanza Comercial – Total		1'414.205		880.837		-332.383		-1.489.423		-717.297		-142.804
Bal. Comercial – Petrolera		5'750.242		8'446.560		4'630.795		6'215.691		7'826.386		8'350.790
Bal. Comercial - No Petrolera		-4.336,037		-7.565.722		-4.963.178		-7.705.113		-8.543.683		-8.493.594

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco central del Ecuador

La tabla N°13 muestra las exportaciones tanto petroleras como no petroleras y las importaciones desde los años 2007 al 2012 y su respectiva balanza comercial, se puede notar que la balanza comercial petrolera el año 2007 fue de USD 5'750.242 millones de dólares, aumentando en el 2008 a USD 8'446.560 aunque en el 2009 bajo a USD4'630.795 debido a la caída del precio del petróleo, recuperándose en el 2010 en USD 6'215.691 millones de dólares y siguiendo su buena participación en el 2011 con USD 7'826.386 y 2012 con 8'350.790 millones de dólares.

Analizando la balanza comercial no petrolera se puede notar que en el 2007 la balanza esta con un déficit de USD -4.336,037 millones de dólares, decreciendo en el 2008 a USD -7.565.722, en el año 2009 se recuperó un poco USD -4.963.178, en los años 2010, 2011, 2012 este déficit volvió a incrementar hasta llegar a USD -8.493.594 millones de dólares.

Según la tabla la balanza total en el año 2007 se presenta como superavitaria ya que fue de USD 1'414.205 millones de dólares, bajando en el 2008 a USD 880.837 millones de dólares, por la crisis del petróleo en el año 2009 está balanza se presenta como deficitaria con USD -332.383 millones de dólares, en el año 2010 el déficit aumento a USD -1.489.423, en el año 2011 a pesar de que la balanza sigue en déficit bajo a USD -717.297 millones de dólares, obteniendo finalmente un déficit de USD-142.804.

4.9.2. Balanzas comerciales con los países miembros del bloque ALADI.

Se analizaran los resultados de las balanzas comerciales con cada uno de los socios del bloque ALADI desde el año 2009 al 2012 según los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

TABLA N° 14.- Balanza comercial 2009

BALANZA COMERCIAL		
AÑO 2009		
	Petroleras	No Petroleras
	Valor FOB	Valor FOB
Venezuela	-780.414	401.552
Cuba	0	7.407
Bolivia	33	-1.027
Paraguay	0	-1.547
Uruguay	0	-42.154
Peru	603.667	-300.006
Chile	731.852	-303.168
Panamá	1'921.931	-337.350
Argentina	-2.512	-360.397
México	-12.823	-448.055
Brasil	-1.613	-591.092
Colombia	-130.361	-681.667

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

En la tabla N° 14 del año 2009, se puede notar que en la balanza comercial petrolera el país latinoamericano que esta con mayor superávit es Panamá con USD 1'921.931 millones de dólares, seguido de Chile con USD 731.852, Perú con USD 603.667 y Bolivia con USD 33 millones de dólares, pero es todo lo contrario en la balanza comercial no petrolera ya que en esta Venezuela es el primer país que cuenta con superávit de USD 401.552 millones de dólares, seguido de Cuba con USD 7.407.

TABLA N° 15.- Balanza comercial 2010

BALANZA COMERCIAL		
AÑO 2010		
	Petroleras	No Petroleras
	Valor FOB	Valor FOB
Venezuela	-303.603	737.658
Cuba	0	8.443
Paraguay	0	-3.594
Bolivia	102	-4.393
Uruguay	-6.220	-45.616
Chile	619.692	-310.857
Perú	764.767	-409.620
Argentina	-4.004	-411.821
Panamá	1'600.888	-429.289
México	-1.980	-605.396
Brasil	-1.179	-753.520
Colombia	-153.177	-1.008.140

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

En la tabla N° 15 del año 2010, se puede notar que Panamá sigue teniendo una balanza petrolera superavitaria con USD 1'600.888 millones de dólares, pero en este caso seguido de Perú con USD 764.767, Chile con USD 619.692 y Bolivia con 102 millones de dólares, en el caso de la balanza no petrolera Venezuela y Cuba siguen teniendo balanza superavitaria y el resto de países latinoamericanos tienen balanza deficitaria.

TABLA N°16.- Balanza comercial 2011

BALANZA COMERCIAL		
AÑO 2011		
	Petroleras	No Petroleras
	Valor FOB	Valor FOB
Venezuela	-81.461	619.662
Bolivia	61	14.457
Cuba	0	1.987
Paraguay	0	-5.777
Uruguay	40.533	-66.574
Chile	572.572	-262.848
Argentina	-68.685	-345.464
Panamá	1'199.078	-570.922
Perú	-2.553	-721.830
México	-673	-798.927
Brasil	-359	-833.501
Colombia	-13.030	-1.105.718

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

En la tabla N°16 del año 2011, Panamá tiene la mejor balanza petrolera con USD 1'199.078 millones de dólares, seguido de Chile con USD 572.572 y en este caso entra como balanza superavitaria el país de Uruguay con USD 40.533 millones de dólares, en lo que respecta a la balanza comercial no petrolera, Venezuela sigue en la punta con USD 619.662 millones de dólares, seguido de Bolivia con USD 14.457 y Cuba con USD 1.987 millones de dólares.

TABLA N°17.- Balanza comercial 2012

BALANZA COMERCIAL		
AÑO 2012		
	Petroleras	No Petroleras
	Valor FOB	Valor FOB
Venezuela	-35,4	823,0
Cuba	0,0	2,7
Bolivia	0,1	-6,9
Paraguay	0,0	-8,3
Uruguay	0,0	-66,8
Chile	1.628,50	-212,4
Argentina	-96,8	-240,6
Panamá	-192,2	-518,9
Perú	1.512,80	-609,0
México	-4,2	-739,4
Brasil	-1,0	-744,2
Colombia	-12,7	-1.049,60

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

En la tabla N°17 del año 2012, se puede notar que Panamá sufrió una caída teniendo como balanza petrolera un déficit de USD -192.2 millones de dólares, otorgándole la mejor balanza superavitaria a Chile con USD 1.628,50 millones de dólares, seguido de Perú con USD 1.512.80 y Bolivia con 0,1 millones de dólares, en la balanza no petrolera Venezuela se ha mantenido con

superávit de USD 823,0 claro que en comparación con los años anteriores esta balanza ha decrecido, seguido de Cuba con USD 2.7 millones de dólares.

4.10. Asociación latinoamericana de integración

4.10.1. El Ecuador como miembro de la ALADI.

La ALADI es un organismo intergubernamental conformado por países latinoamericanos como son; Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y por ende Ecuador, el cual se formó para tratar de reducir y eliminar las trabas al comercio recíproco entre los países miembros, impulsar el desarrollo de vínculos de solidaridad y cooperación entre los mismos, promover el desarrollo económico y social y sobre todo cumplir con su objetivo final que es lograr un mercado común latinoamericano.

Según información que brinda la página de la ALADI se sabe que el Ecuador formo parte de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), con el fin de tener mayor integración económica con los primeros sietes países con los que se comenzó y así aprovechar las distancias y el intercambio de bienes y servicios sin aranceles, los gobiernos de los primeros 11 países deciden fortalecer el proceso de integración, hacerlo más flexible por eso se suscribe el tratado de Montevideo en 1980, uniéndose posteriormente Cuba y Panamá.

4.11. Acuerdos comerciales entre Ecuador y ALADI.

Con los acuerdos se busca fomentar las relaciones comerciales entre los países de un bloque económico, para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre los mismos, existen los acuerdos de alcance regional en donde participan todos los países y los acuerdos de alcance parcial en donde participan dos o más países miembros, con el fin de crear un mercado común.

Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICOEX)

Muestra que el Ecuador tiene acuerdos de alcance parcial con Guatemala el cual se firmó el 15 de abril del 2011, Paraguay el 15 de septiembre de 1994 y Uruguay el de mayo de 1994

Aunque Guatemala no es miembro oficial de la ALADI, lo que se trata con este acuerdo es que sea paso para que este forme parte del mismo, es el primer acuerdo de alcance parcial que Ecuador suscribe con un país del Sistema de Integración Centroamericana (SICA).

Según la prensa de la página de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI, 2013)

El Acuerdo tiene como objetivos expandir y diversificar las corrientes de comercio a través del otorgamiento de preferencias arancelarias, la eliminación de obstáculos no arancelarios, la facilitación aduanera, estimular el desarrollo de inversiones e impulsar un intercambio bilateral de mercancías con valor agregado, garantizando el patrimonio natural y el uso de tecnologías limpias.

El acuerdo se enmarca en lo dispuesto en el Art. 25 del TM80 que establece que los países miembros del bloque ALADI, pueden concretar acuerdos con otros países y aéreas de integración económica de América Latina.

He aquí la matriz de Acuerdos Bilaterales entre los países miembros de la ALADI, según la Secretaria General de la ALADI.

TABLA N°18.- Acuerdos bilaterales de ALADI

Coparticipes	AR	BR	PA	UR	BO	CO	EC	VE	PE	CH	CU	ME
Argentina	ACE 18				ACE 36	ACE 59			ACE 58	ACE 35	ACE 45	ACE 6
Brasil											ACE 43	ACE 53
Paraguay											ACE 52	APR 38
Uruguay											ACE 44	ACE 60
Bolivia	ACE 36				CAN					ACE 22	ACE 47	ACE 31
Colombia	ACE 59									ACE 24	ACE 49	ACE 33
Ecuador										ACE 32	ACE 46	APR 29
Venezuela										ACE 23	ACE 40	ACE 33
Perú										ACE 38	ACE 50	ACE 8
Chile	ACE 35				ACE 22	ACE 24	ACE 32	ACE 23	ACE 38	*	ACE 42	ACE 41
Cuba	ACE 45	ACE 43	ACE 52	ACE 44	ACE 47	ACE 49	ACE 46	ACE 40	ACE 50	ACE 42	*	ACE 51
México	ACE 6	ACE 53	APR 38	ACE 60	ACE 31	ACE 33	APR 29	ACE 33	ACE 8	ACE 41	ACE 51	*

Como se puede observar en la tabla, el Ecuador cuenta acuerdos de complementación económicos, por ejemplo Ecuador tiene ACE 59 con Colombia y Venezuela, ACE 32 con Chile, ACE 46 con Cuba y APR 29 (acuerdo de alcance parcial de renegociación) con México.

En general en el bloque económico ALADI, existen actualmente sesenta y seis relaciones de comercio bilateral entre los países miembros, cubiertas por algún Acuerdo de preferencias arancelarias.

Acuerdo de complementación económica N°59, suscrito entre los gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, estados partes del Mercosur y los gobiernos de la República de Colombia, de la República del Ecuador y de la República Bolivariana de Venezuela países miembros de la comunidad andina.

Según la Comunidad Andina, (CAN, 2013)

El ACE 59 tiene como objetivos los siguientes:

Formar un área de libre comercio entre las partes contratantes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no arancelarias que afecten al comercio recíproco, promover e impulsar las inversiones entre

los agentes económicos de las partes signatarias, promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnologías.

El acuerdo de complementación económico N° 32 suscrito entre Ecuador y Chile, se lo realizo con el fin de estimular la complementación económico entre los países, fortaleciendo así el bloque económico, para alcanzar los objetivos establecidos en el tratado de Montevideo de 1980.

Según el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICOEX) el ACE N° 32 tiene como objetivos los siguientes:

Establecer, en el más breve plazo posible un espacio económico ampliado entre los dos países, que permita la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos, Intensificar las relaciones económicas y comerciales entre los países signatarios, por medio de una liberación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de los mismos.

Este acuerdo quedo sin efecto el 10 de marzo del 2008 cuando se suscribe el acuerdo de complementación económica N°65 entre Ecuador y Chile.

Según el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICOEX)

El ACE N° 65 tiene como objetivos los siguientes:

Intensificar las relaciones económicas y comerciales entre las partes, estimular la expansión y la diversificación del comercio entre ellas, eliminar los obstáculos al comercio, facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios, promover condiciones de competencia leal en el comercio entre las partes.

Según la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI, 2013).

El acuerdo de complementación económica N° 46 suscrito entre Ecuador y Cuba tiene como objetivos lo siguiente:

Facilitar, expandir, diversificar y promover el comercio entre las Partes y todas las operaciones asociadas al mismo, Procurar que las corrientes bilaterales de comercio exterior fluyan sobre bases armónicas y equilibradas, Fortalecer el intercambio comercial mediante el otorgamiento de

preferencias arancelarias y no arancelarias entre Ecuador y Cuba; y Estimular el desarrollo de inversiones conjuntas, con miras a buscar una mayor participación en los mercados de los dos países, como en mercados de terceros países.

Según la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI, 2013)

El acuerdo de alcance parcial de renegociación N° 29 suscrito entre Ecuador y México tiene por objetivos:

Incorporar al nuevo esquema de integración establecido por el Tratado de Montevideo, 1980, las preferencias arancelarias y comerciales que resulten de la renegociación, revisión, y actualización de las ventajas otorgadas en las listas nacionales de Ecuador y México, así como las contenidas en la lista de ventajas no extensivas a favor del Ecuador.

Estos acuerdos son los que en la actualidad se encuentran vigentes, todos con el mismo fin ya que buscan fortalecer las relaciones comerciales que les permita la libre circulación de bienes y servicios cumpliendo así lo establecido en el tratado de Montevideo de 1980.

Basándonos en los acuerdos comerciales con los que cuenta Ecuador, se pretende establecer estrategias para la ampliación de las exportaciones hacia los países miembros del bloque ALADI.

4.12. Estrategias para la ampliación de las exportaciones no tradicionales piña y mango hacia los países del bloque ALADI.

4.12.1. Apoyo del instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PROECUADOR)

Es importante contar con el apoyo de las agencias o institutos de promoción de exportaciones establecidos en el país en este caso Ecuador, ya que estos son creados con la finalidad de facilitar las operaciones comerciales, el proceso de exportación que no es tan fácil y también ayudar a conocer como comenzar este proceso en lo que se refiere un estudio de mercado, medidas arancelarias y no arancelarias, restricciones y sobre todo la cultura del país a donde se quiere exportar, ya que si las costumbres son distintas a las del Ecuador el producto será un fracaso total.

Este instituto atiende las dudas de cada uno de los productores, exportadores, empresas que deseen información sobre el mercado a exportar para así poder introducirse sin ningún problema y lograr exportar en grandes cantidades, ya que este busca el éxito del empresario.

Mediante este se puede tener contactos con las redes que existen alrededor de todo el mundo lo que indica que la información será verídica, sin señal de fracasar en dicha exportación, este le ayuda a participar de ferias y misiones internacionales.

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2013) dice que: Es el encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

IMAGEN N° 11.- Logo del Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones.



Todos los empresarios pueden tener la facilidad de dar a conocer sus productos, conseguir clientes y convertirse en grandes exportadores, al contar con este apoyo se da a conocer a todos los países y de esta manera se amplía la cobertura en los diferentes mercados.

4.12.1.1. Información que brinda PROECUADOR al exportador.

Para que el exportador tenga una mejor visión de lo que hace este instituto a continuación se detallaran las funciones que ofrece

Según la Producción Ecuatoriana al Mundo, (EXPORTAFACIL), este contiene lo siguiente.

➤ Oportunidades Comerciales

En esta sección podrá acceder a información permanente de oportunidades comerciales para sus productos, la cual ha sido validada previamente por las oficinas comerciales (OCE'S) de PROECUADOR en el exterior.



➤ Guías comerciales de países.

En esta sección podrá acceder a las guías comerciales elaboradas por PRO ECUADOR, las cuales contienen información actual de los países y sus condiciones de mercado, así como las oportunidades comerciales actualmente existentes para apoyar el desarrollo de las exportaciones del Ecuador.



➤ Eventos y Capacitaciones.

En esta sección puede visualizar el cronograma de capacitaciones, ferias y misiones organizadas por PRO ECUADOR



➤ Indicadores estadísticos.

En esta sección puede visualizar boletines de comercio exterior, estadísticas, información logística, entre otras, los cuales han sido elaborados por PRO ECUADOR.



➤ Oficinas Comerciales

En esta sección puede visualizar la ubicación de las 27 oficinas comerciales en el exterior que se encargan de identificar demandas que beneficien al exportador nacional y de generar oportunidades económicas favorables para el Ecuador, así como la ubicación de las 4 oficinas regionales de PRO ECUADOR en el país



4.12.2. Ferias libres internacionales.

Las ferias internacionales se presentan como grandes oportunidades comerciales entre empresas del todo el mundo, ya que se reúnen en un mismo lugar todas las ofertas de bienes y servicios que quieran dar a conocer, es una buena herramienta de marketing, que ayuda a la comunicación con los posibles compradores ya que se puede conocer a un buen número de clientes en menos tiempo.

Normalmente este tipo de ferias son de degustaciones, talleres, seminarios de negocios, es aquí donde el país anfitrión da a conocer todo lo que tiene su país, sus costumbres, culturas ya que de esta manera ayuda a que la economía del país crezca.

Es por esto que se desea realizar ferias libres internacionales en los países latinoamericanos, con el fin de obtener clientela es decir empresas públicas, privadas o personas naturales, que estén interesados en los productos ofertados en este caso productos no tradicionales en especial agrícola como son, maracuyá, mango, piña, limón Tahití entre otros para que el Ecuador tenga más exportaciones de estos productos ya que la mayoría se encuentran disponibles en todas las épocas del año.

Esta es una manera de que el Ecuador demuestre que es un país rico, variado, que es capaz de ofrecer y abastecer los requerimientos de los diferentes mercados con productos de alta calidad.

Estas ferias libres ya se realizan en Chile, y ha sido un éxito total, es por eso que este país es el principal comprador de productos no tradicionales como la piña, basándose en este ejemplo el Ecuador ve a las ferias libres como una buena estrategia de comercialización, ya que analizando cómo funcionan dichas ferias en Chile, la ve factible para hacerlas en cada uno de los países miembros y así todos las comercialicen.

4.12.2.1 Motivos para realizar las ferias internacionales

Cuando se asiste a ferias internacionales lo que se desea es que se reconozcan más a tu empresa y producto a ofertar, pero en estas también se pueden observar la clase de marketing que usan tus competidores, cuáles son tus ventajas y desventajas frente a ellos, como también analizar los diferentes mercados.

Por eso hay que tener claro para que se realicen estas ferias, a continuación unos motivos para realizar las mismas.

- Ampliar la lista de clientes.
- Dar a conocer productos de buena calidad a los futuros clientes.
- Contraer relaciones comerciales con países que no tengan conocimientos del producto.
- Tener una venta directa.
- Para aumentar las ventas.
- Analizar la competencia y tratar de mejorar el producto.

4.12.2.2 Proceso para participar en la Ferias Internacionales.

Las ferias internacionales se las realizan de la siguiente manera,

1.- PROECUDOR como tiene contactos con las oficinas establecidas en todo el mundo conoce de las oportunidades para participar en las ferias internacionales, es por esto que las difunde en su página web en un calendario de ferias, para que el exportador que esté interesado participe en ella.

The screenshot shows the PRO ECUADOR website interface. At the top, there are navigation tabs: Institucional, Exportadores, Compradores, and Invierta en Ecuador. Below this is a header for 'Calendario de Eventos > Ferias' with a date selector set to 'octubre 2013'. The main content is a calendar grid for the month of October 2013, with columns for days of the week (LUN to DOM) and rows for dates. Events are listed in the cells of the calendar.

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
	1 Comlombiaplast	2 Comlombiaplast	3 Comlombiaplast	4 Comlombiaplast	5 Comlombiaplast	6 Exoon Anuga
7 Anuga	8 Anuga	9 Anuga	10 Profitora Colombia Exoon	11 Profitora Colombia Exoon	12 Anuga Festival de Chocolate	13 Festival de Chocolate
14	15	16	17	18 PMA Eurochocolate	19 PMA Eurochocolate	20 PMA Eurochocolate
21 Eurochocolate	22 Eurochocolate Superminas 2013 -	23 Eurochocolate Superminas 2013 -	24 Eurochocolate Superminas 2013 -	25 Eurochocolate	26 Eurochocolate	27 Eurochocolate

2.- El exportador escoge la feria en la que quiere participar de acuerdo al sector al que pertenece.

3.- Una vez registrado ya eres parte de esta feria, el apoyo que da PROECUADOR es que financia la participación en el recinto ferial (stand), con el envío de muestras, pero este no cubre los pasajes ni viáticos de la empresa es decir de las personas que van a ir a exponer en esta feria.

En las Ferias Especializadas de Promoción Internacional, se la encuentra la:

- Participación presencial de empresas
- Participación con muestra
- Pabellón institucional o país

4.12.2.2. Supermercados

La estrategia de hacer negocios con los supermercados también es muy buena ya que el Ecuador puede ofrecerles el producto en especial las frutas a un precio menor con el objetivo de que estas sean reconocidas en cada uno de los países latinoamericanos, ya que al momento de que las frutas estén a la venta, el consumidor puede escoger la misma a su gusto y tiene la perspectiva de que son las mejores, es bueno darle un toque a estas ventas, es decir dar degustaciones, promociones para que el producto tenga más reconocimiento y así los supermercados puedan comprar más en el Ecuador.

IMAGEN N°12.- Frutas no tradicionales



4.12.2.3. Formas de presentaciones

Otra manera que existe para ofertar los productos del Ecuador es dándole un valor agregado nuevo e innovador que capte la atención de los consumidores y que sea acogido, para que así los países le compren a Ecuador con mucha más frecuencia y el país obtenga mucho más ingresos.

Para ciertas frutas como papaya, naranja, limón, es decir las que son duras que no corran el riesgo de dañarse se lo puede presentar en fundas de malla, que es muy útil al momento de adquirirlas.

IMAGEN N°13.- Forma de presentación de frutas no tradicionales en malla.



Y para las frutas más frágiles y pequeñas se las puede presentar mediante envases plásticos, lo cual llama la atención del cliente, ya que este sabrá que la fruta ha pasado por cierto proceso de selección y que hacia ellos van las mejores.

IMAGEN N°14.- Forma de presentación de frutas no tradicionales en envases plásticos.



Las presentaciones para la venta de las frutas es una de las estrategias, que dan mucho éxito, ya que esta juega con la psicología del consumidor.

4.12.3. Ruedas de negocios

Otra estrategia también muy importante para la ampliación de las exportaciones, son las ruedas de negocios ya que a estas asisten una serie de compradores y vendedores de los diferentes mercados, es decir de diferentes países, cabe recalcar que estas reuniones están enfocadas a los diversos sectores que existen, para promover contactos entre si y así concretar negocios.

Para participar en las macro ruedas de negocios se realiza los siguientes pasos,

1.- PROECUADOR publica en su pagina web el calendario de las ruedas que se van a realizar.



2.- Se elige la rueda de acuerdo al sector que desea exportar, y allí aparece toda la información acerca de la misma.



Rueda de Negocios EE.UU. - Ecuador 2013
Día: 13 de noviembre 2013
Lugar: Los Angeles, Estados Unidos

Idioma / Language:
  

Regístrese
Empresa:

Ingreso al Sistema
Usuario:

RUEDA DE NEGOCIOS EE. UU. - ECUADOR 2013

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, lo invitan a participar en la Rueda de Negocios Estados Unidos (Los Ángeles) - Ecuador 2013, que se realizará el día 13 de noviembre en la ciudad de Los Ángeles, Estados Unidos.

Durante este día, exportadores ecuatorianos se reunirán con compradores del Estado de California específicamente de ciudades como Los Ángeles, San Francisco y San Diego, se busca identificar y concretar oportunidades comerciales especialmente con la costa oeste y en todo el territorio de los Estados Unidos de América.

SECTORES PARTICIPANTES

- Frutas no tradicionales
- Alimentos procesados
- Flores
- Pesca y Acuicultura
- Banano
- Café
- Cacao y sus elaborados
- Textiles y confecciones, cuero
- Artesanías
- Metalmecánica
- Madera
- Servicios
- Farmacéuticos

3.- Si ya está registrado entras sin ningún inconveniente

4.- Y si no está registrado hacerlo llenando los datos que se le solicitan.



Rueda de Negocios EE.UU. - Ecuador 2013
Día: 13 de noviembre 2013
Lugar: Los Angeles, Estados Unidos

FORMULARIO DE INSCRIPCION PARA
Datos de la Empresa (Algunos campos son obligatorios)

RUC/NIT:

Nombre de la Empresa:

Razón Social:

Dirección:

Año de Creación:

Número de trabajadores de la empresa:

Producto o servicio que comercializa:

Exporta Actualmente:

Logo: Archivo JPG de 200px por 200px
 No se ha seleccionado ningún archivo.
Ingrese el Logo aquí: archivo JPG(200px por 200px): prueba

Tipo de Institución:

Otros:

5.- Y listo, ya está formando parte de la rueda de negocios.

4.12.4. Campañas para el consumo de productos no tradicionales agrícolas con apoyo de los gobiernos de cada uno de los países latinoamericanos.

En casi todo el mundo los productos no tradicionales no son consumidos, debido a la falta de conocimiento o por un concepto inadecuado de cada uno de los consumidores, en el caso de los productos no tradicionales en especial las frutas, no se consumen porque se dice que son para mujeres, para bajar de pesos y que prefieren los productos sustitutos como son chocolates, dulces, snacks, entre otros.

Es por esto que Ecuador debería plantear a los diferentes gobiernos latinoamericanos campañas para promover el consumo de estos productos, en las instituciones públicas, privadas, colegios, etc, para crear hábitos de consumo en ellos y que el producto tenga acogida lo que beneficia al país y así ampliaría su cobertura.

Así mismo ayudara a cada uno de los países latinoamericanos, en el sentido de que los consumidores tendrán una vida más sana, pero para lograr esto se debe contar con la ayuda de los productores y distribuidores de frutas.

Con los acuerdos que cuenta el Ecuador es más fácil ya que estos tratan de facilitar el intercambio de bienes y servicios buscando siempre el bien común, reduciendo los aranceles y que puedan ingresar a los países sin ningún obstáculo para su comercialización, es por esto que es importante que el Ecuador trate de tener acuerdos de alcance regional o parcial con cada uno de los países.

4.13 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS

Después de haber realizado los estudios de esta investigación se puede hacer un análisis de los impactos e interpretar los resultados obtenidos mediante la siguiente tabla, ya que esta permite asignar un valor es decir para saber si el impacto es negativo o positivo.

NIVEL	INTERPRETACION
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

4.13.1. Impacto económico

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
a.- Crecimiento económico						X	
b.- Exportación						X	
c.- Inversión						X	
TOTAL							6

NIVEL TOTAL DE IMPACTO	2
-------------------------------	---

Análisis:

Impacto medio positivo

Esta investigación tuvo un impacto medio positivo ya que:

- El país ha avanzado con respecto a la economía ya que con las normas y leyes que ha establecido el presidente, este ha logrado un crecimiento económico, es decir ha aumentado el valor de bienes y servicios que produce el país normalmente en un periodo de tiempo y por ende ha ayudado a la economía en general.
- El campo de las exportaciones se están expandiendo gracias a que se están dando en mayores cantidades las exportaciones de productos no tradicionales, haciendo conocer la diversidad que posee el Ecuador.
- El Ecuador está tratando de invertir en insumos para apoyar el desarrollo de las exportaciones ecuatorianas.

4.13.2 Impacto cultural

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
a.- Conocimiento de los productos no tradicionales					x		
b.- Interés en exportar productos no tradicionales agrícolas						X	
c.- Conocimiento acerca de PROECUADOR						X	
TOTAL							5

NIVEL TOTAL DE IMPACTO	1,67
-------------------------------	------

Análisis:

Impacto bajo positivo

Esta investigación tuvo un impacto bajo positivo ya que:

- Algunos de los países latinoamericanos desconocen la oferta exportable del Ecuador.
- Los exportadores no tienen mucho interés en invertir en productos nuevos en este caso en los productos no tradicionales ya que creen que no les resultara.
- Las personas que están vinculadas con el comercio exterior no conocen muy bien sobre las funciones que presta PROECUADOR, con el fin de que los empresarios triunfen.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El Ecuador es un país que cuenta con muchas variedades de productos para sus exportaciones, entre estos se logró determinar que los productos tradicionales que más se exportan son Banano, Camarón y Café, asimismo los productos no tradicionales; que son enlatados de pescados, fármacos, manufactura, flores, en especial las frutas que por su excelente calidad y sabor son apetecidas por los países Latinoamericanos y han venido aportando favorablemente gracias a que su nivel de comercialización ha ido creciendo año a año.

- Al realizar el estudio sobre la evolución de las exportaciones, se notó que las exportaciones de productos no tradicionales han dado un gran giro en la economía del país, tanto que el 2012 aportó en un 23.83 %, lo que ha ayudado a que la balanza comercial mejore a pesar de ser deficitaria en la actualidad, esto indica que se está motivando a las personas a exportar.

- En el Ecuador no todos los productores y exportadores tienen conocimientos sobre los beneficios y facilidades que brindan los institutos encargados de promover las exportaciones, por esta razón, ellos no tienen idea sobre los requerimientos que exigen los diferentes mercados con respecto a los productos y por esto se han dedicado a abastecer nada más el mercado nacional.

5.2. Recomendaciones

- El Ecuador siga incentivando la producción nacional en especial la agrícola para incrementar las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales ya que estos se dan en casi todas las épocas del año y son renovables a corto plazo, asimismo que tenga en consideración el firmar más acuerdos bilaterales con cada uno de los países miembros del bloque ALADI, ya que estos facilitan la transferencia de mercancías libres de aranceles, y así se pueda exportar toda la diversidad de productos que posee a los mismos generando ingresos al país.

- Ya que el Ecuador se está dando a conocer con las exportaciones de productos no tradicionales, es importante que invierta en insumos adecuados y modernos para la elaboración de productos con valor agregado, ya que de esta manera captaría nuevos mercados a los cuales les podría exportar no solo el fruto en su característica propia es decir materia prima sino productos industrializados como jugos enlatados, mermeladas, compota, etc.

- El Ecuador dé a conocer mediante capacitaciones los beneficios que ofrecen los institutos establecidos en el país encargados de promover las exportaciones, para que ayuden a los exportadores y productores nacionales a llevar sus productos a los diferentes mercados y que estos tengan una excelente aceptación, asimismo indicarles que existen estrategias comerciales como ferias libres internacionales, ruedas de negocios que hacen que tu producto tenga la oportunidad de ser reconocido.

5.3 Bibliografías

ALADI. (02 de Septiembre de 2013). *Asociacion Latinoamericana de Integracion*. Obtenido de <http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/96e8098d8787a02c032567f2007215a2/8a1027fc7a139881032568e00072bb0b?OpenDocument>

ALADI. (02 de Septiembre de 2013). *Asociacion Latinoamericana de Integracion*. Obtenido de <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CC8QFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.aladi.org%2Fnsfaladi%2Ftextacdos.nsf%2Faac523baff919f8d03256d2c005866a2%2Fc7a18d2276e2e14a03256825007d8191%2F%24FILE%2FAAP-R%252029.doc&ei=rQquUoGLEKazsQT>

ALADI. (05 de Septiembre de 2013). *Asociacion Latinoamericana de Integracion*. Obtenido de <http://www.aladi.org/nsfaladi/Prensa.nsf/vbusquedaComunicadosweb/09F5EC1713BA894303257B4F0056E803>

ALADI. (s.f.). *ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION*. Recuperado el 15 de OCTUBRE de 2012, de <http://www.aladi.org/nsfaladi/juridica.nsf/vtratadoweb/tm80>

ALADI. (s.f.). *ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION*. Recuperado el 16 de OCTUBRE de 2012, de <http://www.aladi.org/nsfaladi/juridica.nsf/vtratadoweb/tm80>

ALADI. (s.f.). *ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION*. Recuperado el 16 de OCTUBRE de 2012, de <http://www.aladi.org/nsfaladi/juridica.nsf/vtratadoweb/tm80>

ALADI. (s.f.). *ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION*. Recuperado el 15 de OCTUBRE de 2012

BCE. (s.f.). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Recuperado el 12 de JUNIO de 2013, de <http://bve.bce.ec/>

CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. (OCTUBRE de 2010). *CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL*. Recuperado el SEPTIEMBRE de 2012, de <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/informacion-comercial/boletin%20comercio%20exterior%20no.%2023%20octubre.pdf>

CAN. (05 de Septiembre de 2013). *Comunidad Andina de Naciones*. Obtenido de <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/DInformativos/SGdi671.pdf>

EXPORTAFACIL. (s.f.). *PRODUCCION ECUATORIANA AL MUNDO*. Recuperado el 03 de DE OCTUBRE de 2013, de <http://www.exportafacil.gob.ec/>

PROECUADOR. (15 de OCTUBRE de 2011). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/PROEC_GC2012_ECUADOR.pdf

PROECUADOR 2011. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 10 de DE JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-P2011-PINA-ECUATORIANA.pdf>

PROECUADOR 2012. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 10 de DE JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/boletin-de-comercio-exterior-diciembre-enero-2012/>

PROECUADOR 2012. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 11 de DE JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/boletin-de-comercio-exterior-diciembre-enero-2012/>

PROECUADOR 2012. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 11 de DE JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/boletin-de-comercio-exterior-diciembre-enero-2012/>

PROECUADOR 2012. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 11 de DE JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/boletin-de-comercio-exterior-diciembre-enero-2012/>

PROECUADOR. (2 de SEPTIEMBRE de 2013). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>

PROECUADOR. (14 de 05 de 2013). *PROECUADOR*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>

PROECUADOR. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 10 de JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PM2011L-FRUTAS-TROPICALES-FRESCAS-CHILE.pdf>

PROECUADOR. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 12 de JUNIO de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>

PROECUADOR. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 15 de 10 de 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf

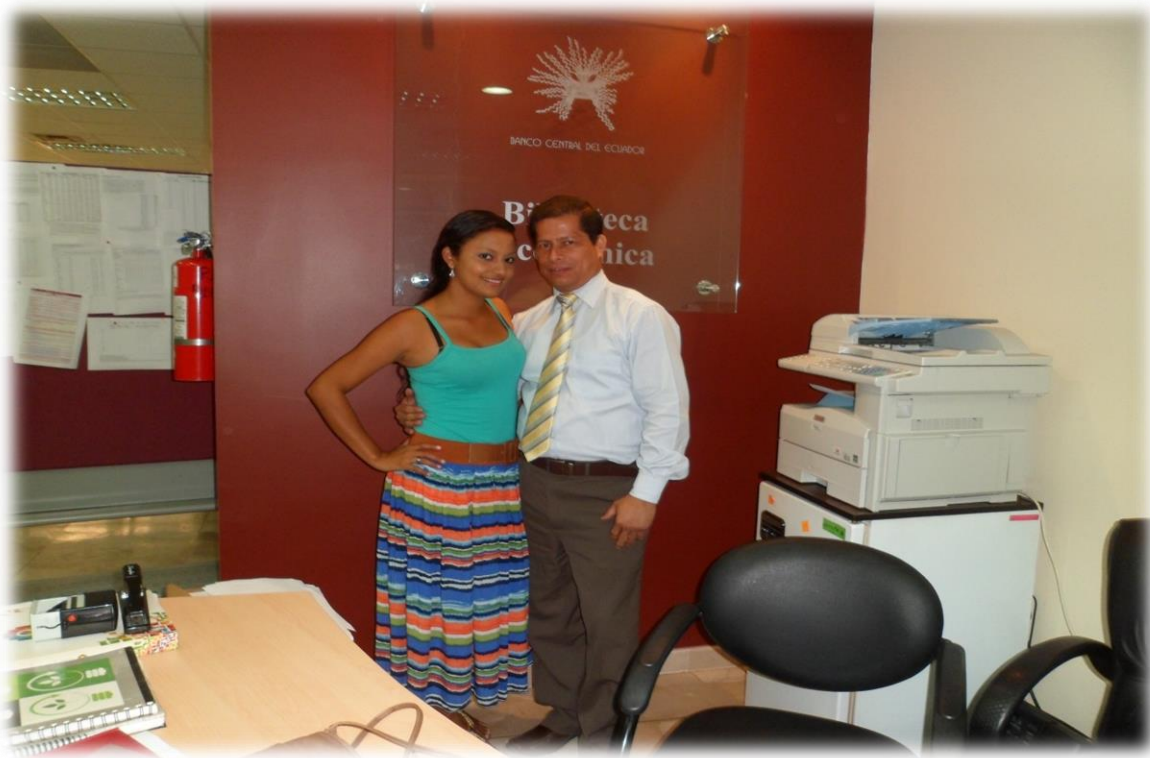
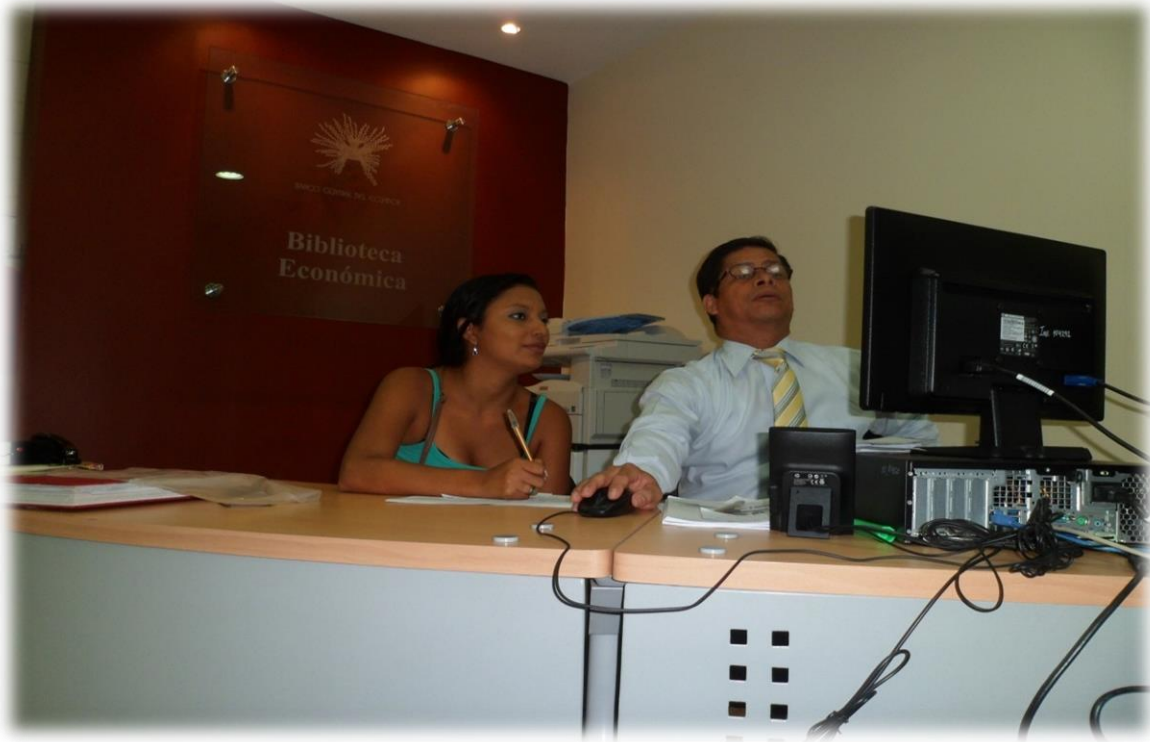
PROECUDOR 2012. (s.f.). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 2013 de DE JUNIO de 2103, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/boletin-de-comercio-exterior-diciembre-enero-2012/>

SENAE. (DICIEMBRE de 2012). *SERVICIOS NACIONAL DE ADUNAS DEL ECUADOR*. Recuperado el 11 de JUNIO de 2013, de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

SICOEX. (s.f.). *SISTEMA DE INFORMACION SOBRE COMERCIO EXTERIOR*. Recuperado el 02 de SEPTIEMBRE de 2013, de http://www.sice.oas.org/Trade/chilec/AAP65_ALADI.pdf

Anexo 1.- Visita al Banco Central de Ecuador





Anexo 2.- Modelo de las entrevistas a Exportadores.



LA SIGUIENTE ES UNA ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS PARA LA APROBACION DE MI ANTEPROYECTO. ESTA ENTREVISTA VA DIRIGIDA A EXPORTADORES DEL ECUADOR. POR FAVOR LLENAR CON MANUSCRITA PARA QUE LA LECTURA SEA MAS LEGIBLE.

AGRADECEMOS DE ANTEMANO SU COLABORACIÓN

- 1. ¿Qué clase de producto exporta?**

- 2. ¿Cuáles son los mercados a los que está dirigido su producto?**

- 3. ¿Por qué exporta a ese país y no a otros sectores?**

- 4. ¿Con qué frecuencia exporta sus productos?**

- 5. ¿En qué presentación exporta sus productos?**
Jugos
Fruta
Otras _____

- 6. Cree que los productos que Ud. Está exportando cubre las exigencias de los consumidores?**

- 7. Cuando realiza la exportación prepara Ud. mismo los trámites aduaneros o existe otra persona que realice la misma. Por qué?**

- 8. ¿Cuáles son las facilidades o dificultades que se dan al momento de la exportación?**

- 9. Conoce Ud. sobre el funcionamiento del bloque ALADI y los acuerdos que tiene con el Ecuador?**
- 10. A los mercados que Ud. exporta, el producto mantiene su regularidad, o la competencia incide en la venta de sus productos?**