



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

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

TEMA:

**EXPORTACIONES DEL PALMITO BAJO FIRMA
DEL ACUERDO MULTIPARTES CON LA UNIÓN
EUROPEA.**

TUTOR:

MSG .HECTOR LEONARDO DUARTE SUAREZ

AUTORES:

ANDREA GABRIELA VARGAS CABRERA

JULYN ANNELIESSE VELIZ RODRIGUEZ

GUAYAQUIL – ECUADOR

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Exportaciones Del Palmito Bajo Firma Del Acuerdo Multipartes Con La Unión Europea.		
AUTOR/ES: Andrea Gabriela Vargas Cabrera Julyn Anneliesse Veliz Rodríguez	REVISORES O TUTORES: Mgstr. Héctor Duarte Suarez	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciatura En Comercio Exterior	
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	CARRERA: COMERCIO EXTERIOR	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 111 págs.	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Acuerdo Comercial Multipartes, Mercado Europeo, Palmito, Exportación		
RESUMEN: El comportamiento de las exportaciones de Palmito en el período 2014-2020 y el auge en el sector palmicultor generado por el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la Unión Europea desde que entra en Vigencia el primero de enero del 2017; los beneficios que la firma trae a las exportaciones son aumento en toneladas métricas de producto, mejora de la imagen de Ecuador en Europa, reducción al 0% de las tasas arancelarias; además, la oportunidad de exportar que se abre en microempresas mediante la ausencia de aranceles que significará un ahorro de dinero que puede ir direccionado a la mejora de la planta productora para que producir más producto con mejores estándares de calidad para que las microempresas reduzcan las ventajas absolutas que las grandes entidades exportadoras tienen.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Andrea Gabriela Vargas Cabrera Julyn Anneliesse Veliz Rodríguez	Teléfono: 0999274631 0982423119	E-mail: avargasc@ulvr.edu.ec jvelizr@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decano (a): Dr. Oscar Machado Alvarez Teléfono: 259 6500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Director (a): Mgtr. Mónica Villamar Mendoza Teléfono: 259 6500 Ext. 264 E-mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Palmito UE Veliz Vargas

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil

Trabajo del estudiante

8%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 3%



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El(Los) estudiante(s) egresado(s) **ANDREA GABRIELA VARGAS CABRERA Y JULYN ANNELIESSE VELIZ RODRIGUEZ**, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Exportaciones Del Palmito Bajo Firma Del Acuerdo Multipartes Con La Unión Europea, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la **Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma:

ANDREA GABRIELA VARGAS CABRERA

C.I. 0951277342



Firma:

JULYN ANNELIESSE VELIZ RODRIGUEZ

C.I 0923845309

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **EXPORTACIONES DEL PALMITO BAJO FIRMA DEL ACUERDO MULTIPARTES CON LA UNIÓN EUROPEA**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **EXPORTACIONES DEL PALMITO BAJO FIRMA DEL ACUERDO MULTIPARTES CON LA UNIÓN EUROPEA**, presentado por los estudiantes **ANDREA GABRIELA VARGAS CABRERA Y JULYN ANNELIESSE VELIZ RODRIGUEZ** como requisito previo, para optar al Título de **LICENCIADA(S) EN COMERCIO EXTERIOR** encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



MGTR. HECTOR DUARTE SUAREZ

C.C. 0912937836

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es a Dios en primer lugar que con su bendición ha permitido que pueda graduarme, a mis padres que han aportado su granito de arena y a todos aquellos que de una u otra manera han ayudado a que yo siga adelante.

Me siento muy emocionada y con felicidad ya que todo el sacrificio, esfuerzo y largas horas de trabajo valieron la pena.

Hoy con enorme satisfacción puedo decir que alcance un triunfo significativo en mi vida, el cual lo comparto con todos los que estuvieron conmigo en este camino.

Andrea Gabriela Vargas Cabrera

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta la recta final, por darme esa inteligencia y sabiduría para pasar cada obstáculo que se me ha puesto en el camino, por ser un soporte en este proceso de formación y culminación de mi carrera como profesional, que me a dado las fuerzas para cumplir con mis obligaciones.

Agradezco a mi papá por ser mi pilar fundamental, el hombre que me apoyo durante todo este tiempo que me ha dado su apoyo incondicionalmente y que gracias a su esfuerzo y disciplina, me a podido ayudar solveltando mi carrera universitaria.

Julyn Anneliese Veliz Rodriguez

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico con mucho amor a mis padres quienes, con palabras de aliento y lecciones de vida, no me dejaron decaer, y que siga adelante hasta el final

A mis hermanos, abuelito y tíos que me han brindado su apoyo y confianza

Andrea Gabriela Vargas Cabrera

Dedico este trabajo a Dios, a mi Papá, hermanos y familia en general, ya que cada uno de ellos han aportado su granito de arena en todo este tiempo y me han motivado a seguir adelante, han estado siempre para mi apoyándome y enseñándome en todo momento, ellos son mis soportes ya que sin ellos nada esto hubiera sido posible.

Julyn Anneliese Veliz Rodriguez

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	V
ÍNDICE DE TABLAS	XII
INTRODUCCIÓN	1
1.1 TEMA:.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.7 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.8 IDEA PARA DEFENDER	7
1.9 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.10 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	7
1.1. 1.11. Línea de investigación institucional.....	8
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	9
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
2.2.1. TEORÍAS DEL INTERCAMBIO DESIGUAL.....	11
2.2.2. TEORÍA DE LA VENTAJA MONOPOLÍSTICA.....	11
2.2.3. TEORÍA DE LAS PROPORCIONES FACTORIALES.....	12
2.2.4. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA.....	13
2.2.5. TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA.....	13
2.2.6. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	14
2.2.7. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES	15
2.2.8. TEORÍA DEL EQUILIBRIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL.	16
2.2.9. TEORÍA DE LA LOCALIZACIÓN	17
2.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.3.1. BARRERAS ARANCELARIAS	17
2.3.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS	18
2.3.3. ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES.....	19

2.3.4. ANTECEDENTES DEL ACUERDO	20
2.4. ANTECEDENTES DEL SECTOR PALMITO	24
2.4.1. MERCADO A EXPORTAR	25
2.4.2 FRANCIA COMO PRINCIPAL IMPORTADOR DE PALMITO.	25
2.4.3. CARACTERIZACIÓN DEL PALMITO	26
2.4.4. TIPOLOGÍA DEL PALMITO	27
2.4.5. PROCESIÓN DE ADHESIÓN DEL ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR – UNIÓN EUROPEA	27
2.4.6. BENEFICIOS DEL ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR – UNIÓN EUROPEA.....	28
2.5. MARCO CONCEPTUAL	28
2.5.1. ACUACULTURA	28
2.5.2. BALANZA DE PAGOS.	29
2.5.3. BASC	29
2.5.4. MERCANCIAS	29
2.5.5. TRANSPORTISTA	29
2.5.6. OFERTA EXPORTABLE	30
2.5.7. SUBPARTIDA ARANCELARIA	30
2.5.8. UNIÓN EUROPEA.....	30
2.5.9. LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)	30
2.5.10. ACUERDOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL.....	31
2.6. MARCO LEGAL	31
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1. Metodología.....	36
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
3.2.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	36
3.2.2 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.	37
3.3. ENFOQUE	38
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	39
3.4.1. TÉCNICAS.....	39
3.4.2. INSTRUMENTOS	40
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	40
3.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	41
3.7 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	41
3.8 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A LOS EXPERTOS.....	43
3.9 ANÁLISIS DE LA BALANZA COMERCIAL PROPORCIONADOS POR LOS ORGANISMOS ESTATALES: TRADEMAP, PROECUADOR, BANCO CENTRAL.	50

.....	50
3.10 CUADRO COMPARATIVO DE EXPORTACIONES DE PALMITO HACIA LA UNIÓN EUROPEA EN USD Y EN TONELADAS MÉTRICAS ANTES Y DESPUÉS DEL ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES.....	52
4.1 ANÁLISIS GENERAL DEL ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES	55
4.2 VISIÓN GENERAL DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS.....	57
4.3 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS.....	59
4.3 EVOLUCIONES DE LAS EXPORTACIONES DEL PALMITO ECUATORIANO.....	65
PERÍODO 2000-2014	65
.....	65
4.3.2 COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DESDE EL 2010 HASTA MAYO DEL 2020	68
.....	68
4.4 CRECIMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL PALMITO	72
4.4.1 PROTOPIC	73
4.4.2 EXPROPALM	75
4.4.3 INAEXPO	76
4.5 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES REPRESENTADAS GRÁFICAMENTE DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS.....	76
4.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS: INCIDENCIA DE ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES EN LAS EXPORTACIONES DEL PALMITO ECUATORIANO.....	79
4.7 DEMANDA DEL PALMITO EN EL MERCADO INTERNACIONAL (SUBPARTIDA 20.08.91.00.00)	81
4.7 CONCLUSIONES	82
4.8 RECOMENDACIONES	84
5.BIBLIOGRAFÍA:.....	86
6. ANEXOS	91
ANEXO 1	92
ANEXO 2	94
ANEXO 3	96
ANEXO 4	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Determinantes de la ventaja competitiva nacional.....	16
Figura 2 Temas Tratado en el Acuerdo Comercial Multipatres.....	21
Figura 3 Medidas estipuladas en el Acuerdo Comercial Multipartes.....	21
Figura 4 Items que se reconocen en el Acm.....	23
Figura 5 Planta de Palmito	26
Figura 6 Beneficios el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE.....	43
Figura 7 Obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea	44
Figura 8 Año en el que mejoró el consumo del palmito al Exterior	45
Figura 9 Importancia del palmito dentro del grupo de las exportaciones no tradicionales	46
Figura 10 Beneficios el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea.....	47
Figura 11 Desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia	48
Figura 12 Motivación al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional	49
Figura 13 Balanza Comercial Ecuador – Francia (Millones de USD).....	50
Figura 14 Exportaciones de palmito en millones de USD.....	50
Figura 15 Balanza Comercial Enero-mayo 2021.....	51
Figura 16 Exportaciones No petroleras enero 2018 a diciembre 2020.....	51
Figura 17 Ronda de negociaciones.....	56
Figura 18 Exportaciones e importaciones No Petroleras por Áreas Geoeconómicas	58
Figura 19 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2015)	59
Figura 20 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2016).....	60
Figura 21 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2017)	61
Figura 22 Participación porcentual de los principales productos de exportación No petroleros	62
Figura 23 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2018).....	62
Figura 24 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en porcentaje (Período 2018)	63
Figura 25 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2019).....	63
Figura 26 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en porcentaje (Período 2019)	64
Figura 27 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2020)	64
Figura 28 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en porcentaje (Período 2020)	65
Figura 29 Participaciones porcentuales de los productos tradicionales y no tradicionales con respecto al total de las exportaciones no petroleras en 2020	70
Figura 30 Principales países importadores de palmito ecuatoriano en el año 2017.....	70
Figura 31 Destino de las exportaciones ecuatorianas.....	71
Figura 32 Cantidad de palmito exportada en toneladas.....	72
Figura 33 Clientes de Protopic en el mundo.....	76
Figura 34 Comportamiento de las Exportaciones de Expropalm 2014-2020.....	78
Figura 35 Comportamiento de las Exportaciones de Protopic 2014-2020.....	79
Figura 36 Comportamiento de las Exportaciones de Inaexpo 2014-2020.....	80

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Cuadro comparativo de exportaciones de palmito hacia la Unión Europea en Usd y TM	52
Tabla 2 Exportaciones de palmito en toneladas métricas y en Usd.....	53
Tabla 3 Especificaciones del palmito.....	54
Tabla 4 Protocolo de Adhesión entre la U.E por una parte con Colombia, Perú y Ecuador	55
Tabla 5 Evolución de las exportaciones de palmito 1990-2005	65
Tabla 6 Principales países importantes de palmito aó 2004.....	66
Tabla 7 Exportaciones mundiales del palmito duranre el periodo 2013-2017	68
Tabla 8 Evolución de las exportaciones Expropalm	76
Tabla 9 Evolución de las exportaciones Protopic.....	77
Tabla 10 Evolución de las exportaciones Inaexpo	78

INTRODUCCIÓN

Una especie de palmito de las más conocidas es la *Chamaerops humilis*, esta se empieza a comercializar en 1987 en el Ecuador, evolucionando en el sector de agroindustria desde el año 1991 en conservas, desde entonces se posiciona como uno de los principales productos del grupo de exportaciones no tradicionales.

Representa una importante fuente de empleo y a su vez constituye un factor relevante en la Producto Interno Bruto (PIB). En el 2014 inician conversaciones entre Ecuador y la Unión Europea para firmar un Acuerdo que beneficie al volumen de las exportaciones con la eliminación de aranceles. Cuando entra en vigor en el 1 de enero del 2017 después de 5 rondas de negociación, la exportación de palmito aumenta en nuevos mercados y se consolida como un producto de gran demanda que aporta el ingreso de divisas al Ecuador.

La investigación analiza la evolución de las exportaciones desde el período 2014-2020 para comprender el aumento del volumen de las toneladas métricas de producción de Palmito en el Ecuador.

El informe general del comportamiento del volumen de las exportaciones desde que entro en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la Unión Europea se presenta a través de cuatro capítulos, resumidos a continuación:

Capítulo I detalla el tema, problema que se investiga, objetivos general y específico, sistematización, entre otros temas.

Capítulo II se desarrollan los conceptos de temas como: Teorías del comercio exterior, Barreras Arancelarias, Acuerdo Comercial Multipartes (ACM), Palmito y sus clasificaciones.

Capítulo III en el cual se van a desarrollar la metodología de la investigación, instrumentos de recolección de datos como una entrevista de siete preguntas aplicadas a cuatro expertos del sector exportador.

En el capítulo IV se presenta un análisis del volumen de las exportaciones por medio de información proporcionada por fuentes como Banco Central del Ecuador, Trade Map, ProEcuador y páginas web de las empresas Inaexpo, Protropic y Expropalm. El análisis

del nivel de las exportaciones en USD y en Toneladas métricas confirman que el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) brinda beneficios que son bien aprovechados por el sector palmicutor ecuatoriano a pesar de los obstáculos de calidad y de las ventajas que tienen otros productos de los países domésticos sobre el palmito exportable.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA:

Exportaciones del palmito bajo firma del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial la Unión Europea ocupa el primer puesto como comprador en bienes y servicios, razón por la cual Ecuador ha aunado esfuerzos para realizar sus negociaciones comerciales con este continente, de allí la gran relevancia de aplicar acuerdos que permitan dinamizar el intercambio comercial basados en reducción y eliminación de barreras comerciales.

Con la intención de promover el comercio internacional, en el año 2014 Ecuador firma el acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la UE, este entra a regir desde el primero de enero del 2017 y que le brinda beneficios arancelarios que van a permitir una competencia más igualitaria con el mercado europeo. Las exportaciones de productos ecuatorianos a Europa tendrán la ventaja de ingresar sin barreras arancelarias convirtiéndose así en un plus reconociendo que Europa es de las regiones con mayor poder adquisitivo en el mundo. Además, se visualiza en el largo plazo una contribución en la remodelación del aparato productivo nacional bajo un entorno de introducción inteligente a los mercados internacionales, rigiéndose en una estrategia que va a permitir el óptimo manejo de los beneficios.

“El acuerdo comercial beneficiará las inversiones que promuevan los encadenamientos productivos, también la transferencia de tecnología y la creación de empleo local. Para las inversiones se aplicará el trato nacional, lo que significa que el país receptor de las inversiones de la contraparte debe dar el mismo trato que da a los inversores nacionales. Se dispone que las partes, excepcionalmente y siempre respaldadas en un marco legal coherente, pudieran expropiar los bienes inmuebles de los inversionistas, después del debido proceso legal y el reconocimiento de una indemnización acorde al valor de los bienes expropiados”. (COMEX, 2012)

Los objetivos de un ACM no solo son la reducción significativa arancelaria, existen otros, los cuales se mencionan continuación:

- Introducción a mercados

- . Ingreso de productos agrícolas a la Unión Europea.
- . Importación de productos europeos a Ecuador.
- . Emisión de productos del campo industrial y acuicultura a la UE.
 - Tecnicismos que generan obstáculos al comercio.
- . Disponer reglamentos técnicos entre los países.
 - Disposiciones de sanidad.
- . Sobreguardar la salud de la ciudadanía.
 - Materiales que sirvan de defensa comercial.
- . Se diseñan con la intención de poder hacer contra al comercial desleal.

Todo lo antes mencionado exige que se desarrollen estudios e investigaciones que sirvan para determinar el desarrollo de las exportaciones en el Ecuador, con la intención de precisar los cambios en fracciones arancelarias a partir de la vigencia del acuerdo con la Unión Europea. Todo esto para desarrollar políticas reguladoras de Estado con el objetivo de obtener la máxima utilidad posible por medio del aumento del número de las exportaciones, lo cual influirá directamente en el desarrollo económico del país.

Entre la gran variedad de productos exportables con los que cuenta el Ecuador, se considera para este trabajo de investigación, el Palmito. Son 141 países los que exportan palmito, Ecuador se ha convertido con el paso del tiempo en uno de los mayores exportadores de Palmito por lo cual ocupó en el 2005 el primer lugar en lista de exportación.

Según Trademap aplicación web interactiva que presenta estadísticas del comercio, los países con mayor porcentaje de exportaciones de palmito en el mundo son:

- Ecuador 50%
- Costa Rica 20%
- Brasil 8%
- Bolivia 5%

Ya que el sector Palmicultor se está incentivando, y nuevas empresas según ProEcuador están ingresando al sector exportador, surge la necesidad de elaborar un análisis de las

exportaciones de Palmito desde Ecuador hacia la Unión Europea específicamente Francia antes y después del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) para que los Palmicultores aprovechen sus beneficios. (PROECUADOR, 2019)

En este contexto, para el análisis de la problemática mencionada previamente, se plantea resolver la interrogante: ¿Cuál es el comportamiento de las exportaciones ecuatorianas del PALMITO hacia la Unión Europea durante el periodo 2015-2020, determinado a partir del análisis de los factores que han incidido en el comercio bilateral, al primer año de vigencia del acuerdo comercial con este bloque económico? considerando que Francia es un mercado potencial que se ha convertido en nuestro mayor importador de palmito y además este país está dentro de las economías a nivel mundial ocupando el quinto lugar.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera ha incidido la firma del ACM entre Ecuador y la Unión Europea en el incremento de la cuota exportable del Palmito ecuatoriano durante el periodo 2015-2020?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

- Analizar el comportamiento de las Exportaciones del palmito ecuatoriano bajo firma del Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea durante el periodo 2015-2020

Objetivo específico

1. Recopilar información sobre el comportamiento de las exportaciones del sector de exportación de Palmito a la Unión Europea antes y después de la vigencia del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM.) para análisis de los exportadores.
2. Contrastar la información de las exportaciones del palmito hacia la Unión Europea dividida en dos períodos 2008-2014 y 2015 -2020 que evidencie los beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes.
3. Elaborar un informe que explique la incidencia del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) en las exportaciones de Palmito Ecuatoriano hacia la Unión Europea dentro del período 2015-2020 para mostrar al sector exportador las oportunidades de esta firma.

1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la información existente acerca del comportamiento de las exportaciones de Palmito desde Ecuador hacia la Unión Europea antes y después de que entrará en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea?
- ¿Cuáles han sido los diferentes volúmenes de exportación de Palmito hacia la Unión Europea entre el período 2015-2020 cuando entra en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes?
- ¿De qué manera se ha beneficiado las exportaciones del sector del palmito ecuatoriano después de la firma del Acuerdo Comercial Multipartes?

1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El comportamiento de las exportaciones del Palmito desde el Ecuador hacia la Unión Europea (UE) motiva a realizar un análisis que permita conocer los cambios de este antes de que entre en vigencia el Acuerdo Comercial Multipartes y después del mismo.

En las últimas décadas se convirtió la UE en uno de los mejores socios comerciales del Ecuador, dicha relación se fortalece día a día a través de los objetivos del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM), estos objetivos cooperan en el aumento de la productividad y rentabilidad de las exportaciones que van a desencadenar directamente en el desarrollo de numerosas plazas de trabajo.

Francia siempre se ha caracterizado por mantener una relación comercial estable y fructífera con el estado ecuatoriano a lo largo de los años. Sin embargo, esta buena conexión superó sus expectativas cuando a principios de 2017, Ecuador llegó a un acuerdo con la Unión Europea luego de varias décadas de negociaciones improbables. A raíz de esto, los vínculos empresariales entre ambos países han crecido exponencialmente. Las exportaciones de Ecuador a Francia aumentan en un 12% anualmente, lo cual resulta muy satisfactorio en la sociedad y economía ecuatoriana (ExpoEuropa, 2021).

El presente trabajo de investigación está enfocado en demostrar los beneficios de la firma del Acuerdo Comercial Multipartes en el incremento de las exportaciones del Palmito

desde el Ecuador hacia Europa, tomando como Francia, siendo un país cuyo consumo de palmito se encuentra dentro de las tasas más alta en la dieta nutricional de sus ciudadanos.

1.7 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA: Acuerdo multipartes Ecuador-Unión Europea y su influencia en las exportaciones del palmito en el mercado de la Unión Europea.

CAMPO: Comercio exterior.

ÁREA: Exportación

SECTOR GEOGRÁFICO: Ecuador

PERIODO: 2015-2020

1.8 IDEA PARA DEFENDER

La firma del Acuerdo Comercial Multipartes ha aumentado el nivel de exportaciones de Palmito al mercado de la Unión Europea.

1.9 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable independiente.

Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea.

Variable dependiente.

Exportaciones del Palmito.

1.10 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

TEMA	OBJETIVO	IDEA DEFENDER	VARIABLES	INDICADORES
Exportaciones del palmito bajo firma de	Analizar las exportaciones del palmito al mercado de la Unión Europea, en base a el	La firma y vigencia del Acuerdo Comercial Multipartes con la UE ha incidido de	Independiente: Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea	Libros. Páginas oficiales. Entrevistas. Encuestas.

acuerdo multipartes.	acuerdo multipartes con la UE para las empresas como exportadoras de palmito de Ecuador.	forma favorable en el sector exportador del Palmito ecuatoriano hacia en continente europeo	Dependiente: Exportaciones del Palmito	
-----------------------------	--	---	--	--

Ilustración 1 Operacionalización de las variables
Elaborado por: Vargas y Veliz (2021)

1.11. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL

- **Línea institucional:** Desarrollo estratégico empresarial emprendimientos sustentables.
- **Líneas de Facultad:** Desarrollo empresarial y del talento humano Marketing, comercio y negocios globales. Contabilidad, finanzas, auditoría y tributación

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Este capítulo va a servir para recopilar similitudes de autores con el tema que se desarrolla en este trabajo investigativo, con el objetivo de estudiar el comportamiento de las exportaciones de Palmito estudiando a empresas con mayor porcentaje de representación en este rubro.

Se debe advertir, antes de tratar las secciones relativas al marco referencial, que no hay nada que nos obligue a proceder de una manera rígida, sin embargo, disponiendo las cosas de esta forma, pueden agruparse mejor muchos de los contenidos básicos de un informe de investigación y con ello facilitar su redacción y su presentación.

Es así como el marco referencial suele constituir el segundo capítulo de todo proyecto o investigación completa que se realice siguiendo el método hipotético deductivo. Su finalidad es revisar la mayor cantidad posible de información sobre el problema que se va a investigar, para evitar cometer errores ya superados o repetir estudios realizados; también nos permitirá aclarar nuestras ideas con el fin de formularnos hipótesis adecuadas y desechar aquellas que ya han sido verificadas o rechazadas y, al final del proceso, replantearnos el problema inicial. (León I. , 2007)

El marco referencial va a representar la base teórica del tema a desarrollar, siendo una gran aportación de teoría desarrollado por expertos que a su vez se va a poder utilizar y adoptar para tener un dominio total del tema.

Este capítulo va a servir para recopilar similitudes de autores con el tema que se desarrolla en este trabajo investigativo, con el objetivo de estudiar el comportamiento de las exportaciones de Palmito estudiando a empresas con mayor porcentaje de representación en este rubro.

Se debe advertir, antes de tratar las secciones relativas al marco referencial, que no hay nada que nos obligue a proceder de una manera rígida, sin embargo, disponiendo las cosas de esta forma, pueden agruparse mejor muchos de los contenidos básicos de un informe de investigación y con ello facilitar su redacción y su presentación.

Se consideran para el desarrollo de esta investigación otros trabajos de tesis que contienen información relevante que servirá para respaldar la idea a defender enunciada en el capítulo uno, por lo que se tomarán textualmente algunos de sus párrafos

El Proyecto de Grado para la obtención del título de Magíster en Negocios Internacionales con el Tema “El Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador: Impacto en el Sector Ganadero Ecuatoriano. Elaborado por Fanny Shirley Encalada Monteros; fue desarrollado con el objetivo de analizar el sector ganadero y el impacto positivo y negativo ante la firma de este Acuerdo.

Entre las conclusiones dadas en la tesis antes mencionada, se expresa lo siguiente: Los convenios, acuerdos, tratados internacionales entre otros que se desarrollen en las modalidades presentadas son en gran parte con el objeto de obtener beneficios para el incremento de la economía de un país y con mayor razón si se abre las puertas a nuevos mercados con preferencias de consumo diferentes a las convencionales. (Encalada, 2017)

Otro trabajo de investigación para titulación fue el realizado por: Burgos Martínez Vicente Daniel y Facuy Martínez Katuska Viviana con el tema “ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR-UNIÓN EUROPEA Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA AL MERCADO DE HOLANDA”. , las autoras concluyen diciendo “El acuerdo Multipartes con la Unión Europea es importante para el sector exportador de aceite de palma porque ha logrado generar oportunidades en el sector primario permitiendo el ingreso al mercado sin obstáculos comerciales y además generando más plazas de trabajo y promoviendo un desarrollo sostenible”. (Facuy, 2020)

Se toma también la tesis titulada “ACUERDO MULTIPARTES ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y ECUADOR: ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE BANANO (ACORBANEC) DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN LOS AÑOS 2017- 2018” cuyas autoras son: Katherine Hidalgo Rivadeneira y Shirley Mishell Iturriaga Hurtado. Textualmente en su documento las autoras concluyen diciendo: “El Acuerdo Comercial Multipartes entre el Ecuador y la Unión Europea, desde su entrada en vigencia, tiene una influencia positiva en el sector bananero del Ecuador, como uno de

los principales sectores económicos del país, y de manera especial en la Asociación de Comercialización y Exportación de Banano (ACORBANEC), mediante el incremento en las exportaciones hacia el mercado europeo, superando de manera considerable a sus principales competidores, como lo son Colombia y Guatemala durante el período 2017-2018”. (Hidalgo, 2019)

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. TEORÍAS DEL INTERCAMBIO DESIGUAL.

El fenómeno económico del intercambio desigual no era desconocido antes de la última guerra, pero esa noción fue universalizada, sobre todo, después de esa fecha.

Según Samir Amin en su libro “Imperialismo y comercio internacional. El intercambio desigual” otra categoría importante es la que atribuye el intercambio desigual, de una manera por así decirlo inmanente, a ciertas ramas o esferas de producción, como si estas últimas estuvieran en cierto modo predestinadas a ello. Así, muy a menudo, cuando se dice intercambio desigual se piensa automáticamente en las parejas agricultura-industria o productos primarios-productos secundarios, o también industria ligera-industria pesada. (Amin, 2018)

Las diversas barreras arancelarias y las diferencias de economías entre países de primer mundo con los que están en vía de desarrollo no son peculiaridades del comercio sino que representan un abismo marcado por la desigualdad que relega a naciones con menores factores productivos, donde el dinamismo del comercio internacional se mueve en beneficio de las grandes potencias basados en un imperialismo o capitalismo que van marcando grandes diferencias en la productividad entre países de primer mundo y los que están en vía de desarrollo.

2.2.2. TEORÍA DE LA VENTAJA MONOPOLÍSTICA

Alberto Gómez cita a Hymer en su libro “Competitividad de las exportaciones colombianas” acerca de la teoría de la ventaja monopolística como la que da

énfasis a la aparición de las multinacionales. Es un enfoque en los negocios internacionales que explica por qué las empresas pueden competir en escenarios extranjeros contra los competidores domésticos y se asocia frecuentemente con la contribución de Hymer que se apoya en las imperfecciones del mercado y se desarrolla en un supuesto de que la empresa tiene dentro del ámbito nacional una ventaja monopolística que le conviene extender hacia el extranjero. Esta expansión se puede lograr por ventajas como: Capacidad para controlar un producto específico diferenciado debido a que otras empresas no poseen el Know how (Saber hacer de la empresa o industria del bien en cuestión), un control exclusivo sobre la materia prima u otros insumos necesarios para la producción y/o un bajo costo marginal de producción debido al gran volumen de estos. (Gómez, 2019)

Son las multinacionales las más beneficiadas con esta teoría., la misma que describe las razones por las que una empresa puede llegar a instalarse en otro país y competir con empresas domésticas teniendo una relación directa con el aporte de Hymer que basa sus afirmaciones en lo imperfecto que puede llegar a convertirse un mercado posteriormente para desarrollarse en la hipótesis de que las empresas tienen en su país de origen una ventaja monopolística que pueden promoverse en otro.

2.2.3. TEORÍA DE LAS PROPORCIONES FACTORIALES

En su libro “México en el mundo: inserción eficiente” José Luis Calva menciona con respecto a las teorías de las proporciones factoriales durante la primera mitad del siglo XX cuando se introdujo en la teoría del comercio el principio de la dotación de factores por la llamada teoría neoclásica del comercio internacional el modelo Heckscher – Ohlin (También llamada teoría de las proporciones factoriales).

El modelo Heckscher – Ohlin analiza el comercio internacional en un marco de competencia perfecta. En dicho modelo se parte del supuesto de que la igualación de los precios de los bienes, a causa del comercio internacional (en un marco perfectamente

competitivo) llevaría a la igualación de los precios de los factores tanto absolutos, como relativos. Además, establece que un país exportará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante (capital) e importará el bien que utiliza intensivamente su factor (mano de obra) relativamente escaso. (Calva, 2020)

Al referirse a factores Calva se refiere materia prima, mano de obra, tecnología, etc. De tales menciona que su precio va a estabilizarse cuando sea igualen los precios de los bienes, siempre y cuando se cumpla un marco competitivo en su perfección. Además, se explica que un bien con factores abundantes son los que un país aprovechará para exportar e importará un bien que necesita la mano de obra pero que es escaso en dicho territorio.

2.2.4. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

David Ricardo en su libro “Principios de economía política y tributación” menciona que los países que posean varias ventajas absolutas es conveniente que se especialicen en el sector que para él representa comparativamente una mayor ventaja, y que el que no disponga de ninguna ventaja absoluta, concentre sus esfuerzos en el campo que ofrezca comparativamente la desventaja más pequeña. Esta ley de la ventaja comparativa permite comprender cómo el comercio puede ser mutuamente beneficioso. (Ricardo, 1985)

La ventaja comparativa enseña a los países como pueden sacar provecho del comercio de una manera alternativa en donde estos obtendrán provecho entre sí.

Los países que tienen varias ventajas absolutas tendrán la misión de realizar un análisis comparativo que les permita seleccionar una de estas para enfocar la mayoría de sus factores en sacar la máxima utilidad. David Alejandro no deja olvidado a los países que no tienen ventajas absolutas sobre otros y les recomienda que todos sus esfuerzos sean centralizados en el campo que les resulte una menor desventaja.

2.2.5. TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA

Oscar Bajo menciona en su libro “Teorías del Comercio Internacional” que la primera aproximación de la economía política clásica al tema del comercio internacional se encuentra en Adam Smith y constituye la llamada teoría de la ventaja absoluta. De acuerdo con la formulación original de Smith, un país exportaría (importaría) aquellas

mercancías en las que tuviera ventaja (desventaja) absoluta de costes, esto es, aquellas mercancías cuyo coste total de producción en términos absolutos fuera inferior (superior) en dicho país con respecto a los costes derivados de producir la misma mercancía en el otro país considerado; ello redundaría, a su vez, en un incremento del bienestar de ambos países y del mundo en su conjunto. (Bajo, 2017)

El comercio y los beneficios mutuos que este brinda a los países se ve manifestado en esta teoría. El autor menciona al padre de la economía moderna Adam Smith quien, en resumen, indica que un país importa un bien sobre el cual obtiene un gran provecho económico. Se refiere al libre comercio como la razón de la especialización de los ciudadanos con el objetivo de aumentar la riqueza nacional a y generar la libertad del comercio internacional que trae como consecuencia mayor productividad del trabajo y en cierta forma el perfeccionamiento del producto generando así lo que en comercio se llama oferta demanda.

2.2.6. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Se ha visto cómo la teoría neoclásica del comercio internacional postula que éste se explica a través de la ventaja comparativa. Cada nación producirá aquellos bienes en los que goce de una ventaja relativa y mediante el intercambio los distintos países se complementarán, sacarán provecho de sus diferencias. De este modo las diferencias de recursos, capacidades de la fuerza laboral y características del factor capital de los distintos países determinarán los patrones del comercio internacional.

Las predicciones que se desprenden de esta teoría son, por ejemplo, que los países más desarrollados exportarán manufacturas e importarán productos no elaborados, mientras que los países en vías de desarrollo importarán productos no elaborados, mientras que los países en vías de desarrollo importarán manufacturas y exportarán productos no elaborados (materias primas y alimentos) debido al diferente precio relativo de sus factores. (Steinberg, 2018)

Está tendrá dos subteorías:

- Pura.
- Monetaria.

La subteoría pura tendrá dos enfoques que son:

- El enfoque positivo
- El enfoque basado en el análisis de bienestar.

La subteoría monetaria a su vez también tiene dos enfoques que son:

Estas se diferencian en que la subteoría pura se estudia para realizar un estudio de cualidades teóricas y la monetaria tiene una implementación meramente práctica que se encargará de brindar recursos que se puedan implementar en una mejor versión del comercio.

2.2.7. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES

¿Qué crea la ventaja competitiva? La ventaja competitiva se crea y mantiene a través de un proceso altamente localizado, incluso los países más desarrollados no son competitivos en todos sus sectores, por lo que las naciones triunfan en determinados sectores debido a que el entorno nacional es el más progresivo, dinámico y estimulante. Este entorno competitivo de acuerdo con Porter se logra mediante cuatro factores de competitividad, que individualmente y como sistema definen el entorno competitivo en el cual las empresas aprenden y desarrollan su competitividad, este modelo es mejor conocido como el Modelo del Diamante. (Mora, 2016)

Porter menciona a cuatro factores que condicionan un entorno competitivo; estos son:

- Condiciones de los factores.
- Condiciones de la demanda.
- Sectores afines.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.

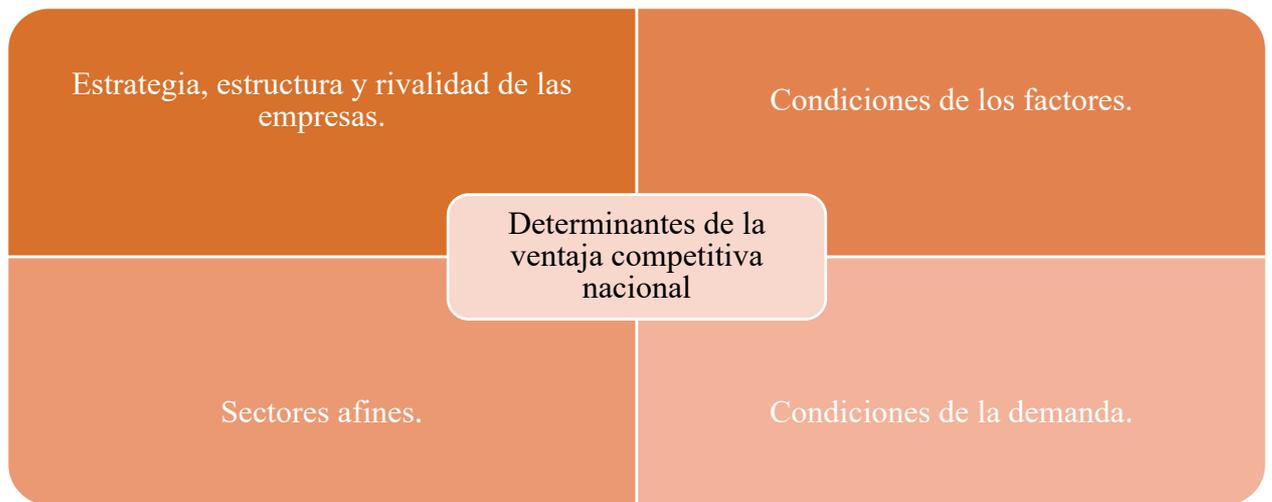


Figura 1 Determinantes de la ventaja competitiva nacional

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Vargas y Veliz (2021)

2.2.8. TEORÍA DEL EQUILIBRIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL.

Ricardo Torres menciona en su libro “Teoría del comercio internacional” una serie de aportaciones de grandes personajes de esta rama en una síntesis que se indica a continuación: La teoría clásica elaborada por Smith, Ricardo y Mill se desprendieron dos corrientes de pensamientos: la marxista que no se interesó por los problemas específicos de la teoría del comercio internacional, y la neoclásica, que no obstante que contaba con precursores desde mediados del siglo XIX, fue a partir de 1870 que tomó cuerpo con Jevons, Menger y Walras, se desarrolla y consolida con Bohn-Bawerk, von Wieser y Pareto para llegar a su punto culminante al principio del presente siglo con Marshall, Wicksell, Clark y Pigou.

Correspondió, pues, a estos economistas suecos exponer un novedoso enfoque de la teoría del comercio internacional basado en la teoría del equilibrio económico general e incorporando otras aportaciones de los neoclásicos como a la existencia de más de un factor. Sin embargo, su enfoque con base en la teoría del equilibrio no representó una ruptura total con el neoclasicismo. En este aspecto Heckscher y su discípulo Ohlin emplearon muchos de los postulados y supuestos de los neoclásicos. Su esfuerzo principal consistió en incorporar la teoría del comercio internacional a la teoría del equilibrio general.

Empiezan por corregir a los clásicos al considerar que el comercio internacional no debe explicarse a partir de los costos comparativos, sino del fundamento mismo de los costos comparativos, cuyas bases últimas radican para ellos en la diferente dotación de factores productivos en cada país o región. (Torres, Teoría del comercio internacional, 2019)

Esta teoría nace desde aportes de economistas suecos que siguieron la corriente neoclásica con esfuerzos enfocados en hacer una integración entre la teoría del comercio internacional con la teoría del equilibrio general. Son los costos comparativos (cuyo fundamento radica en los diversos precios de materia prima, mano de obra o tecnología de los países) desde donde inicia la teoría de la teoría de comercio internacional.

2.2.9. TEORÍA DE LA LOCALIZACIÓN

Esta teoría arranca de un hecho básico: los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma desigual en el globo terrestre. Esta distribución desigual de los recursos naturales determina, en las primeras etapas del desarrollo económico, condiciones diferentes entre las regiones para la producción de ciertos productos. En los primeros estadios del intercambio entre los pueblos y comunidades, el comercio estuvo gobernado por las diferentes dotaciones de los recursos naturales (suelo, pastos, agua, bosques, etc.) y las condiciones de clima y régimen pluviométrico entre otros elementos. La explotación de estos recursos naturales condujo a los individuos a la especialización en determinadas actividades y a crear instrumentos de trabajo y técnicas apropiadas para la explotación de dichos recursos. (Torres, Teoría del comercio Internacional, 2019)

Son los recursos naturales y su escasez en todo el planeta lo que produce una repartición inequitativa que produce que países sean ricos y otros no tanto. A partir de la intención de obtener una utilidad a través de estos recursos natural los habitantes de los países se especializan en su nación de origen en donde se encuentran localizadas estas materias primas.

2.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. BARRERAS ARANCELARIAS

Las restricciones y los aranceles a las exportaciones de mercancías han venido constituyéndose en una política comercial cada vez más común dentro del sistema multilateral de comercio. De hecho, las diferencias alusivas a este tema ante el Órgano de Solución de Diferencias (OSD) han aumentado, lo que demuestra de alguna manera que la dinámica del comercio internacional ha cambiado, situación que supone un nuevo reto dentro de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Teniendo en cuenta todo lo anterior es importante señalar que la OMC se rige entonces según las disposiciones del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, en inglés General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), como también por las disposiciones de los textos jurídicos complementarios aplicables, los cuales para este caso puntual tienen que ver con el Anexo 1A referido a los "Acuerdos Multilaterales sobre el Comercio de Mercancías". Por lo tanto, son los contenidos de estas normas los que se encargan de regular, en teoría, este tipo de prácticas comerciales o proteccionismo inverso. Dichas prácticas suelen ser aplicadas por parte de los países a los flujos comerciales de salida, tanto en mercancías como muy especialmente en materias primas. Todo ello con el propósito de hacer frente no solo a situaciones de escasez sino también a situaciones asociadas a la necesidad de garantizar el suministro interno de ciertos recursos estratégicos, esto de acuerdo con los propios intereses nacionales. (Baena J. , 2016)

Las barreras arancelarias van a representar un obstáculo sobre todo para países que están en vías de desarrollo, esto significará un nuevo desafío para los organismos de comercio en post de constituir un comercio más equitativo. Cabe indicar que no solo se van a establecer estas barreras arancelarias para el producto terminado como tal, sino que también las materias primas también se verán sujetas a estos incrementos con diversas intenciones, por ejemplo: Prevenir la escasez de la materia prima, suministrar internamente dicho factor productivo. Tales apreciaciones son orientadas a priorizar los intereses propios de los países que venden los recursos.

2.3.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS

Es un hecho notorio que cuando se produce en el comercio internacional una reducción sustancial de los derechos aduaneros y otros gravámenes a la importación y éstos pierden gran parte de su importancia funcional como instrumento regulador de las importaciones los países suelen recurrir a restricciones de otro tipo para frenar la competencia de productos extranjeros en sus mercados internos. Tradicionalmente, se utilizaron primero

las de naturaleza cuantitativa, consistentes en cuotas o contingentes arancelarios. Pero paulatinamente se amplió considerablemente la gama de medidas administrativas, cambiarias, sanitarias, técnicas y de distinto orden, así como otros resultantes de presiones políticas, por ejemplo, las limitaciones voluntarias de exportaciones, que se convirtieron en grandes obstáculos a los intercambios. (Estevadeordal, 2001).

Estas barreras nacen con la intención de que predominen los productos hechos en territorios domésticos versus los que se importan desde el exterior, con la intención de impulsar la mano de obra nacional. Estos obstáculos claro que son orientados según los beneficios de cada país que los ejecuta; más, sin embargo, también va a representar una limitación voluntaria de las exportaciones que acarrea la pérdida de posibles beneficios a futuro.

2.3.3. ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES

La firma del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea es el resultado de una historia de relaciones culturales, económicas y políticas que con el paso de los años se han ido fortaleciendo hasta convertir a Europa en el primer destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador. Esta investigación tuvo por objetivo analizar el intercambio de mercancías no petroleras entre Ecuador y la Unión Europea en el período comprendido entre enero del año 2015 y junio del año 2018. Para ello se realizó un análisis comparativo de las estadísticas de organismos públicos y privados, obtenidas de sus bases de datos, de reportes y de boletines, lo que se complementó con una revisión bibliográfica que da soporte teórico a esta investigación. Los resultados permiten afirmar que la aplicación del Acuerdo Multipartes incide directamente en la cantidad de mercancías no petroleras comercializadas entre los actores. (Darwin Rosales, 2019)

La mínima presencia de Ecuador en el marco internacional obliga a que se creen estos acuerdos que buscan mediante estrategias de cooperación ubicar al país en el grupo de naciones con gran porcentaje de ocupación en el comercio internacional. Mas sin embargo, no se ha logrado del todo debido a políticas que no son sanadoras de los grandes vicios burocráticos que posee el país en el marco del comercio.

Tradicionalmente, Ecuador ha tenido con la Unión Europea (UE) y sus Estados Miembros estrechos vínculos políticos, económicos, comerciales y de cooperación. Ecuador mira

hacia la UE como un socio con el cual realizar operaciones de compra, venta o intercambio de productos, desde el cual atraer inversiones y recibir asistencia técnica en los ámbitos de desarrollo económico, gobernanza, resiliencia climática, así como un apoyo para hacer frente a los flujos migratorios y el narcotráfico. Estos son intereses compartidos con los de la UE y sus Estados Miembros. (Documento de Programación Cojunta, 2021)

Desde hace varias décadas la Unión Europea (U.E) y Ecuador vienen promoviendo procesos de integración, por su parte la U.E luego de largos periodos de conflictos, busca estrategias que le permitan superar el debacle en que se encontraba como consecuencia de la segunda guerra mundial en este sentido se hace conciencia y se busca fortalecer el intercambio comercial y financiero, apareciendo desde ese entonces el concepto de integración económica que en términos generales es la vía por la cual los países se comprometen a reducir las brechas que obstaculizan el comercio internacional suprimiendo así las barreras arancelarias y no arancelarias para dejar el libre tránsito de bienes, servicios y producción.

Ecuador después de un largo proceso de negociación con la U.E firma un Acuerdo que es puesto en vigencia el 1 de enero de 2017, convirtiéndose este documento en un verdadero reto para los productores ecuatorianos, los cuales deben aprovechar las oportunidades de crecimiento para incursionar en nuevos mercados.

2.3.4. ANTECEDENTES DEL ACUERDO

Los acuerdos de promoción comercial tienden a tener un alcance que excede lo establecido en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (Gatt por sus siglas en inglés) de 1947 y sus reformas. De hecho, muchos de estos acuerdos, además de los temas propios del comercio de mercancías (Como lo son el trato nacional, el acceso a mercados, el origen, la administración aduanera, los obstáculos técnicos al comercio, las medidas de defensa comercial y mercancías especiales como agricultura, textiles y vestido) incluyen asuntos que durante mucho tiempo no se consideró negociar tales como contratación pública, comercio transfronterizo de servicios, competencia, monopolios y empresas del Estado, telecomunicaciones, propiedad intelectual, aspectos labores y del medio ambiente. (Aguirre, 2013)

En el Acuerdo Comercial Multipartes, con la unión europea se pusieron en la mesa un conjunto de temas en el área de servicios que al ser enunciados se los trató de forma individual, entre ellos tenemos los que se detallan en el siguiente gráfico.

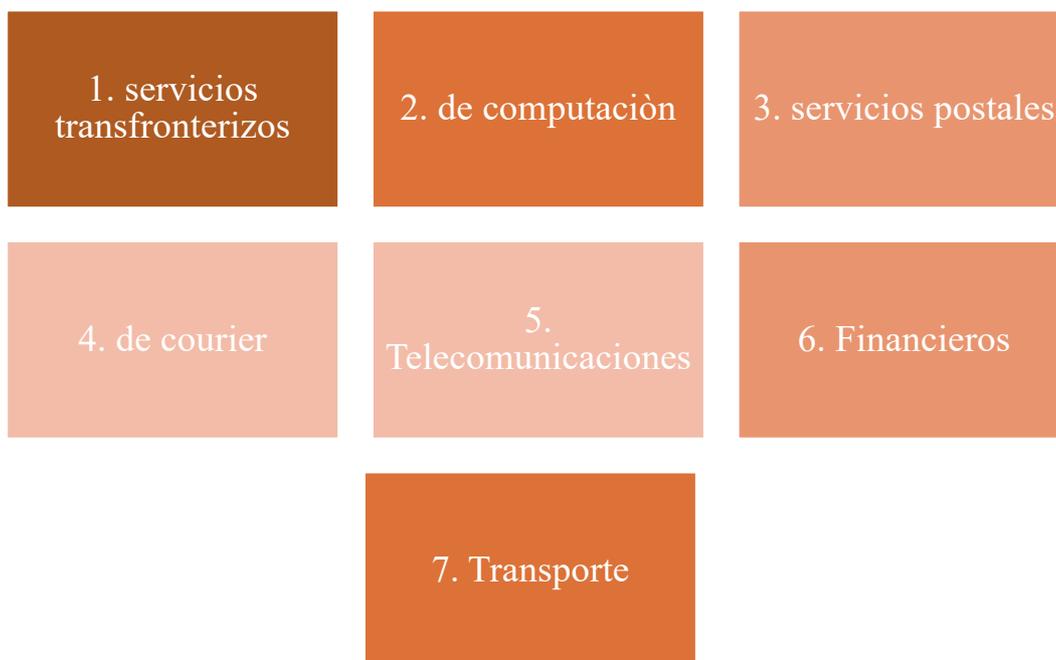


Figura 2 Temas Tratado en el Acuerdo Comercial Multipartes

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Vargas y Veliz (2021)

En el capítulo de servicios se ratifican las obligaciones acordadas en los acuerdos con la OMC y al mismo tiempo se estipulan las directrices específicas que conllevan a la aplicación de los lineamientos señalados para poder aplicar las medidas estipuladas en el acuerdo como son entre otras.



Figura 3 Medidas estipuladas en el Acuerdo Comercial Multipartes

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Vargas y Veliz (2021)

Se debe dejar claro que todo lo dispuesto en relación con el Acuerdo, de ninguna manera constituye ningún tipo de obligación entre las partes, sino que se asumen compromisos que deben ser respetados y ejecutados con responsabilidad, dichos compromisos se encuentran de manera específicas pronunciados en los anexos del Acuerdo, donde se detalla la lista de los sectores que han sido comprometidos por el Ecuador ya sean estos de servicios o actividades cuyo acceso a los mercados internacionales el país ha garantizado especificando las condiciones que exige dicho acceso

La nueva Constitución del Ecuador, que entró en vigor en el año 2008, establece que el Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, lo que a primera vista parecería imponer una limitación para contraer compromisos en tales sectores. (Villagomez, 2020)

Frente a nuestra Constitución la U.E aceptó la negociación en lo que respecta a sectores estratégicos reconociendo la disposición constitucional aceptando que el Gobierno Nacional podrá negociar siempre bajo disposiciones legales aplicando la ejecución de políticas públicas

La Constitución de la República del Ecuador especifica de manera textual los sectores estratégicos que se tiene:

1. La energía en todas sus formas.
2. Las telecomunicaciones.
3. Los recursos naturales no renovables.
4. El transporte.
5. La refinación de hidrocarburos.
6. La biodiversidad.
7. El patrimonio genético.
8. El espectro radioeléctrico y el agua).

Lo antes mencionado no impide que por ley sea declarado cualquier otro sector como estratégico, esto queda a disposición soberana debiéndose a hacer lo respectivos reajustes en los compromisos adquiridos por las partes de forma conjunta

Entre los temas de relevancia en la FIRMA MULTIPARTES ha sido considerado el comercio y desarrollo sostenible aunque este no fue tomado en cuenta en los Tratados de Libre Comercio tradicionales. En este contexto el Ecuador y la Unión Europea asumen el fiel compromiso de promover e incentivar el impulso y desarrollo del comercio internacional de tal forma que beneficie y favorezca la productividad y por ende la generación de empleo aplicando en este caso el principio de no discriminación de cualquier trabajador incluso si se tratara de un trabajador migrante siempre y cuando se encuentre empleado de manera legal

El Acuerdo reconoce:

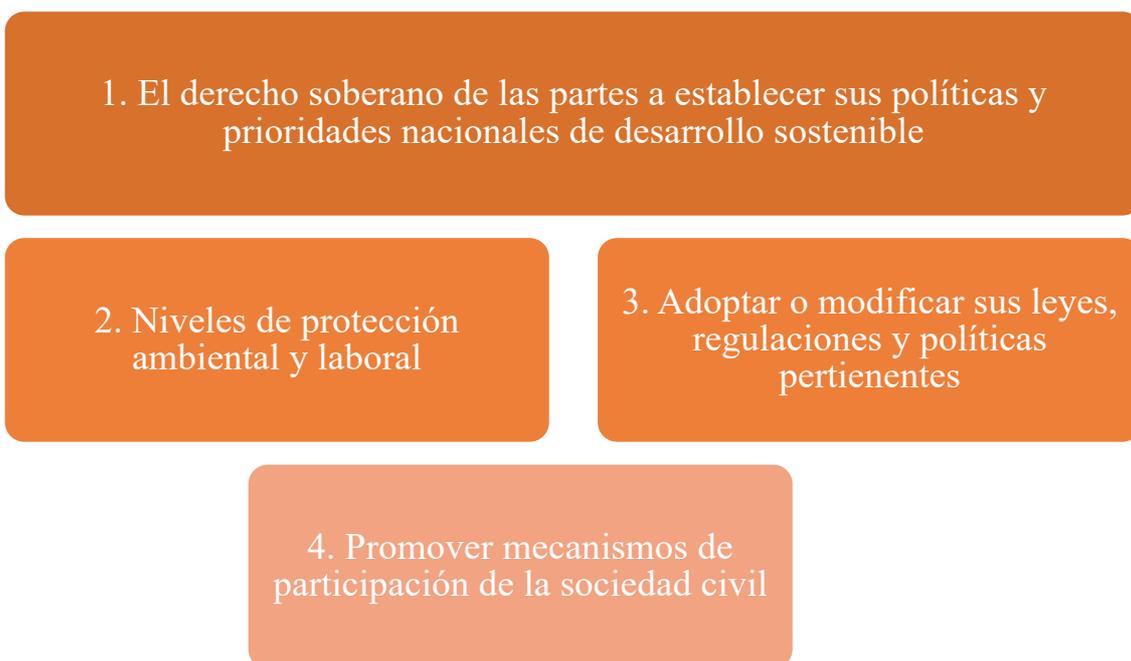


Figura 4 Ítems que se reconocen en el Acm

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Vargas y Veliz (2021)

En el caso que surja alguna controversia, el Acuerdo cuenta con herramientas que conllevan a dar solución a cualquier dificultad que puede ser originada por tema de interpretación y aplicación de algún acuerdo, en este caso las partes involucradas de

manera conjunta y de mutuo acuerdo trataran de llegar a la solución de manera satisfactoria

Se resume entonces:

El primero de enero de 2017 entró en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea que reemplazó al sistema previo SGP+ de preferencias arancelarias. El Acuerdo Comercial constituye un hito histórico en las relaciones bilaterales, ya que convierte a ambas partes en socios igualitarios y privilegiados. Además, otorga importantes concesiones arancelarias a la agricultura y liberaliza al 100% los productos industriales y pesqueros para Ecuador, mientras que la Unión Europea también goza gradualmente de beneficios arancelarios. Además, el Acuerdo establece un marco legal de largo plazo, estable y transparente brindando una mayor previsibilidad para los operadores económicos e inversionistas. (Documento de Programación Conjunta, 2021)

2.4. ANTECEDENTES DEL SECTOR PALMITO

Las hojas de *E. chaenostachys* son utilizadas para hacer techos, aunque, cuando están disponibles, se prefiere usar hojas de otras especies más durables. El palmito se consume localmente y ha llegado a ser un producto de exportación. El palmito tiene poco valor nutricional, pero por su contenido proteínico, posiblemente jugaría un papel subestimado en la dieta de los indígenas. El palmito está constituido de hojas jóvenes tiernas en diferentes estados de desarrollo, escondidas y protegidas por las vainas de las hojas más viejas. La cosecha de palmito mata al tronco.

Dos fábricas de conservas operan en el noroeste del Ecuador. Ambas dependen enteramente de los palmitos provenientes de palmas silvestres, que son cosechados por la gente de lugar, quienes reciben el pago de acuerdo al número de palmitos que lleven a las fábricas. Los cosechadores utilizan canoas para encontrar las palmas silvestres, que son cosechados por la gente del lugar, quienes reciben el pago de acuerdo con el número de palmitos que lleven a las fábricas. Los cosechadores utilizan canoas para encontrar las palmas en los pantanos, frecuentemente entran en las pequeñas corrientes de marea cuando aumenta el nivel de agua, y salen cuando el nivel de agua baja. Para la cosecha de palmito se corta el tronco, y la parte exterior de las vainas circundantes al palmito son

removidas con el machete, dejando las vainas interiores para proteger al palmito durante la transportación. En esta forma el palmito se mantiene fresco por dos días, mientras que removiendo todas las vainas podría deteriorarse en muy poco tiempo, porque la oxidación lo vuelve café y el delicado tejido se destruye.

(Borgtoft, 1993)

Ecuador como productor de Palmito es un baluarte importante en el mercado internacional, si bien el palmito no representa un gran alimento según su aporte nutricional pero su ayuda proteínica para el cuerpo humano es tal que los indígenas lo adoptaron como un alimento de su dieta diaria.

2.4.1. MERCADO A EXPORTAR

A nivel mundial existen 141 países exportadores de palmito, entre ellos Ecuador es el mayor exportador del producto que ha acuñado en los últimos años más del 50% del mercado, sus competidores más cercanos son Costa Rica, Brasil y Bolivia con aproximadamente el 20%, 8% y 5% respectivamente.

En los últimos 20 años aproximadamente, la producción de palmitos y su comercialización mundial, ha tenido un desarrollo excepcional alcanzando una tasa de crecimiento del 2,8% anual. Dentro de este mercado Europa ocupa la primera plaza de consumo seguido por América Latina y el Caribe, América del Norte, Asia y el Resto del Mundo. Para una mejor ilustración se presenta a continuación la siguiente tabla de segmentación del mercado mundial del palmito.

2.4.2 FRANCIA COMO PRINCIPAL IMPORTADOR DE PALMITO.

Francia integra la Unión Europea, con el mejor sistema económico entre 27 países, ha impulsado; se exportó el palmito ecuatoriano y se registró el porcentaje de los países que más compran el producto de la siguiente forma:

1. Francia 30,9%
2. Chile 16,5%
3. Argentina 12,6%
4. Canadá 7,1%
5. Otros países 5,1%

Según Díaz el mercado más grande en el mundo de conservas de palmito es el mercado francés el cual importó USD 40,9 millones y 16.149 toneladas, teniendo un crecimiento anual en valor del 13% en los últimos 5 años. De acuerdo con el valor de importaciones en millones de dólares se puede apreciar que Francia es el país con mayor participación de importaciones a nivel mundial con un 29,29% (Díaz, 2014).

Se elaboró el presente trabajo investigativo y se referenció a Francia por ser el país que ocupó el primer lugar en las exportaciones de palmito, con el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) se impulsó el nivel de exportaciones del sector palmicultor y se benefició la economía del país; se eliminó la tasa arancelaria, se aumentó la oferta del producto y se mejoró los niveles de satisfacción del cliente francés.

2.4.3. CARACTERIZACIÓN DEL PALMITO

Mide entre 2 a 6 m de altura para cultivo, su fruto es rojizo, de unos 2 cm. de largo y con un hueso muy duro, son comestibles, aunque algo ásperos, con sus hojas secas se hacen escobas y trabajos de artesanía. Además, la ventaja del palmito ecuatoriano cultivado es su textura más compacta y agradable (sin trozos fibrosos), presenta un color blanco - marfil más claro y una mayor resistencia ante la oxidación, el sabor es parecido al de una alcachofa. Cada tallo es de 9 cms de largo promedio, y hasta de 3 cms de grueso.



Figura 5 Planta de Palmito

Fuente: Página web de Protropic

2.4.4. TIPOLOGÍA DEL PALMITO

El cultivo de especies de palmas como *Bactris gasipaes* (en Costa Rica, Brasil y otros países de América Latina) y *Archontophoenix* (principalmente en la región Centro-sur de Brasil) está cambiando rápidamente un modelo basado en la obtención del palmito mediante la tala de palmas del bosque, especialmente de aquellas del género *Euterpe*. En Costa Rica el pejibaye es sembrado para la producción de Palmito desde 1974 y el país llegó a tener un área de 12.000 ha en 1998. Sin embargo, actualmente se estima el área sembrada en 9.000 ha; el valor de la exportación del Palmito en 2005 fue de US\$ 19,6 millones. (Paulo, 2006)

El palmito tiene sus porcentajes de exportación más altos en países con clima cálido siendo dos especies de palmito las más conocida. Es desde la década de 1970 que se exporta Palmito en Centroamérica con un hectareaje muy significativo. Ecuador en el año 2005 fue el mayor exportado de Palmito en el mundo.

2.4.5. PROCESIÓN DE ADHESIÓN DEL ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR – UNIÓN EUROPEA

El retorno de las carabelas: Acuerdo Comercial Multipartes -TLC- entre Ecuador y la Unión Europea es uno de los resultados de la investigación y reflexiones alrededor de los tratados de libre comercio (TLC) realizados por el Programa de Economía de FLACSO sede Ecuador y por los autores de este libro, a través de varios foros y publicaciones durante los últimos ocho años. La publicación de este libro busca aportar al debate nacional sobre el alcance de los TLC, su pertinencia para solidificar un régimen de desarrollo endógeno, sus desconexiones con respecto a los mandatos constitucionales -en especial en lo relativo a derechos de propiedad intelectual, servicios y sectores estratégicos, las afectaciones que de ellos resultan para la soberanía nacional; y, en general, sobre los riesgos que implica el Acuerdo Comercial Multipartes para el futuro de la sociedad ecuatoriana. (Jácome, 2012)

Este documento busca solidificar de manera escrita el acuerdo entre Ecuador con sus semejantes de la Unión Europea, cuenta con una serie de capítulos que buscan proteger la propiedad intelectual. Es necesario que se realicen investigaciones a nivel local que encierren aspectos como o económico, cultural, política y social; dichos factores deben ser evaluados para analizar los beneficios que incidirán en las exportaciones, en este caso, desde Ecuador al continente europeo.

2.4.6. BENEFICIOS DEL ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR – UNIÓN EUROPEA.

En la asociación de libre comercio se suprimen los aranceles y las tasas equivalentes, así como la restricción en el tráfico de los países asociados, en todo este proceso de suprimir los aranceles se deben manejar situaciones macrologísticas relacionadas con el traslado y distribución de las cargas que deberán pasar por una zona libre comercio entre los países protagonistas. La logística internacional maneja los elementos que se deben tener en cuenta en el momento de montar una zona de libre comercio y todo gira alrededor de las normas internas de cada país en lo que tiene que ver con el transporte y la distribución de las cargas a lo largo y ancho de todas las zonas de libre comercio. Estos países manejarán procesos de macrologística utilizando las herramientas de indicadores que le permitan administrar y tomar decisiones en las zonas que son consideradas de libre comercio. (Silvera, 2018)

Los beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) afianzan los lazos del comercio internacional mediante tácticas arancelarias que animan que haya un equilibrio en la compra y venta no solo de productos terminados sino de materia prima con la cual los países desarrollaran nuevos productos en los cuales manejan una ventaja absoluta.

2.5. MARCO CONCEPTUAL

2.5.1. ACUACULTURA

La importancia del sector acuícola dentro de las exportaciones del Plan Estratégico del Sector Exportador radica en su potencial competitivo reflejado en las inversiones realizadas, la capacidad empresarial desarrollada y las proyecciones de crecimiento de este mercado, en un marco de producción limpia y sostenida. (Caballero, 1995)

2.5.2. BALANZA DE PAGOS.

La balanza de pagos es un estado estadístico que resume sistemáticamente, para un período específico dado, las transacciones económicas entre una economía y el resto del mundo. (Rozenberg, 2000)

2.5.3. BASC

Business Alliance for Secured Commerce (BASC) se creó en 1996 cuando una empresa norteamericana que importaba a través del puerto de San Diego, California, presentó una propuesta al Servicio de Aduanas de EE. UU. que implementaría procedimientos de SEGURIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO para reducir el riesgo de carga legítima., siendo utilizado por organizaciones ilegales para el tráfico de estupefacientes, robo de carga y carga contaminada. La propuesta también buscaba complementar y fortalecer el programa de iniciativa de transportista de servicios aduaneros (CIP) de EE. UU. y el programa de iniciativa de transportista fronterizo terrestre (LBCIP), a fin de modificar la mentalidad de las empresas productivas hacia la implementación de medidas preventivas en lugar de medidas represivas. (Bichou, 2013)

2.5.4. MERCANCIAS

Cualquier bien mueble corporal que puede ser objeto de transferencia y que es susceptible de ser clasificado en el Arancel Nacional. (Mise, SETEC, 2021)

2.5.5. TRANSPORTISTA

En un sentido amplio, definiremos el transporte de mercancías como toda actividad encaminada a trasladar los productos desde un punto de origen hasta un lugar de destino.

Aunque parezca obvio, conviene matizar aquí tres conceptos concretos:

1. Los puntos de origen y destino se deben encontrar en lugares geográficamente eparados, ya que los traslados dentro de un área de trabajo, tales como una nave industrial, almacén, fábrica, etc, que se realizan con máquinas especiales, se consideran a todos los efectos como actividades de manipulación de productos.

2. Se entiende por mercancía todo producto, bien sea en forma de materia prima, componentes, semielaborado o producto terminado, debidamente envasado, empaquetado o embalado, que constituye la base de tráfico mercantil.
3. Se excluye, por tanto, dentro de este concepto el transporte se ocupa de todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de seguridad, rapidez y coste. Obviamente, una perfecta ponderación de la importancia relativa de cada uno de estos factores en el servicio que se pretende dar, lo que permite elegir el modo de transporte más idóneo para satisfacer tanto las necesidades de los clientes como el esfuerzo económico que nos supone el sistema elegido. (Anaya, 2015)

2.5.6. OFERTA EXPORTABLE

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (Riego, 2015)

2.5.7. SUBPARTIDA ARANCELARIA

La Subpartida Arancelaria es un código numérico del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías que se asigna a una o varias mercancías luego del proceso de clasificación arancelaria. (Mise, Códigos TNAN Subpartidas Arancelarias, 2021)

2.5.8. UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea (UE) es una entidad geopolítica que cubre gran parte del continente europeo. Es una asociación económica y política única en el mundo, formada por 28 países. (Exteriores, 2022)

2.5.9. LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los

exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. (Espósito, 1999)

2.5.10. ACUERDOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Un tratado o convenio internacional es un documento compuesto, que se marca entre al menos dos naciones, realizado para hacer un arreglo de estándares normalizados identificados con las relaciones globales para dar protección, derechos, compromisos, coordinación, entre otros, en varios ámbitos. (Izurieta, 2021)

2.6. MARCO LEGAL

Constitución del Ecuador Sección VII. POLÍTICA COMERCIAL

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (Ecuador C. C., 2008)

Análisis: en el art. 306, indica que el estado fomenta la exportación de productos ya que de esta manera se generara un incremento en empleos, además hace énfasis en que los pequeños y medianos productores sean competentes a la hora de exportar y que se les provea las herramientas necesarias para conseguirlo.

Capítulo sexto Trabajo y producción Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. (Corte Constitucional, 2008) 43 El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Ecuador C. C., 2008)

Análisis: en el art 319, indica que el estado está dispuesto a colaborar con todas aquellas actividades comerciales que generen ingresos al país, con el fin de mantener la balanza comercial.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. (Corte Constitucional, 2008) La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Ecuador C. C., 2008)

Análisis: en el art 320, indica que la cualquiera actividad comercial debe sujetarse a las normas reglamentarias del país de manera transparente y eficiente de las cuales el estado estimulara dicha gestión.

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI) Fue publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351, 29 de diciembre 2010.

Libro IV: Del comercio exterior, sus órganos de control e instrumentos Título IV DEL FOMENTO Y LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Art. 93. Fomento a la exportación. El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de 44 aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: (SENAE, 2011)

1. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios; d) Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo; e) Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional. (SENAE, 2011)

Análisis. - en el artículo 93 del libro IV del código orgánico de la producción, comercio e inversión, se indica los reglamentos en relación de gestión aduanera con la finalidad de

cumplir los requisitos, a fin de fomentar las exportaciones de la manera correcta acorde a las normativas vigentes.

Libro V De la competitividad sistémica y de la facilitación aduanera Capítulo VII: REGÍMENES ADUANEROS Sección II REGÍMENES DE EXPORTACIÓN.

Art. 154.- Exportación definitiva. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las 45 disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (SENAE, 2011)

Análisis. - en el art 154 del libro V del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, establece a la exportación definitiva de cualquier mercancía como régimen aduanero, en este caso el aceite de palma hacia el mercado extranjero

Capítulo V: DE LA DECLARACIÓN ADUANERA

Art. 138.- De la declaración aduanera. La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General. (SENAE, 2011)

Análisis. - en el art 138 del libro V del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, menciona y estipula cuales son los requerimientos y a quien se debe presentar la declaración aduanera.

REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. Sección II DOCUMENTOS QUE ACOMPAÑAN A LA DECLARACIÓN ADUANERA.

Art. 71.- Documentos que acompañan a la declaración. - Se consideran documentos que acompañan a la Declaración Aduanera los siguientes:

a) Documentos de acompañamiento.

b) Documentos de soporte.

Art. 72.- Documentos de acompañamiento. Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las

disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto. (SENAE, 2011).

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (SENAE, 2011)

Análisis. - en el art 72 del libro V del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, estipula cuales son los documentos que se deben presentar ante el organismo regulador del estado. Art. 73.- Documentos de soporte. - Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al Página 18 de 59 momentos de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (SENAE, 2011)

Los documentos de soporte son:

a) Documento de transporte. - Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras; (SENAE, 2011)

b) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial. La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero. (SENAE, 2011)

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación. La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, ¿no impedirá el levante de las

mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente; (SENAE, 2011)

Análisis 73.- del reglamento al libro V del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, estos documentos son indispensables, los cuales le deben presentar para el cálculo de los tributos correspondientes. c) Certificado de Origen. - Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios (SENAE, 2011)

Análisis 73.- del reglamento al libro V del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, este artículo nos menciona el formato a utilizar para presentar el certificado de origen y si tenemos algún derecho de liberatorio y acogernos a este artículo y obtener algún descuento tributario respecto a impuestos.

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

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

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

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador podrá solicitar al declarante, cuando lo considere necesario, la traducción de la información contenida en los documentos de soporte o de acompañamiento. (SENAE, 2011)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

La investigación que se realizó en este trabajo tiene un enfoque mixto orientado a presentar los resultados de manera cualitativa y cuantitativa. El estudio cuantitativo tendrá como objetivo presentar datos numéricos de cualquiera de las variables que se analizan, seguido de un enfoque cualitativo que se encarga de dar un análisis con argumentos formales sobre los resultados. Es importante indicar que los enfoques no se reemplazan entre sí, sino que ambos mantienen una relación de prestarse fortalezas, combinándose con el objetivo de reducir las debilidades del uno con las fortalezas del otro.

Esta investigación mixta exige la recolección y el análisis con interpretación de datos cualitativos y cuantitativos, siendo las muestras probabilísticas con guía de propósitos iguales.

De las razones más importantes para utilizar este enfoque mixto se tienen:

- Aportar riqueza a la muestra.
- Mayor credibilidad al instrumento.
- Integridad de la intervención.
- Brindar optimización a los resultados.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron bases estadísticas registradas en las exportaciones del palmito utilizando fuentes confiables de instituciones públicas como: Banco Central, MAGAD, INAEC, entre otras. Se realizó un análisis sobre el impacto positivo del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) en el crecimiento de las exportaciones del Palmito dentro del periodo 2015-2020 de Ecuador hacia la Unión Europea, por ende, se beneficia la producción nacional y se genera plazas de trabajo.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Este tipo de investigación trata de analizar y sintetizar sucesos que se dan de manera natural, por lo tanto, aceptará las palabras, textos e imágenes antes que los datos numéricos. La investigación cualitativa tendrá como objetivo conocer como piensa el

individuo hacia un suceso, y a su vez indagar la perspectiva que tienen los sujetos sobre el tema que se investiga, buscando siempre interpretar la información que es obtenida a través de varios medios, por ejemplo: Entrevistas, encuestas, diálogos y en muchos casos la observación directa.

En este trabajo investigativo se recurrió en este caso a fuentes bibliográficas que permitieron desarrollar un estudio descriptivo y analítico sobre los beneficios que la firma comercial Multipartes con la UE trajo al crecimiento de las exportaciones del Palmito ecuatoriano.

Comprender la investigación cualitativa significa, también, estar en condiciones de valorar los fenómenos que se van a investigar con un marcado componente ético, que compromete los planteamientos y guía la actuación de los investigadores e investigadoras cualitativos. (Tójar, 2006)

Con esta información recopilada se emitieron análisis cualitativos teóricos con el propósito de explicar las posturas de los entrevistados que a su vez permitieron describir el comportamiento de las exportaciones de Palmito Ecuatoriano hacia la Unión Europea.

3.2.2 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.

Se conoce como un tipo de investigación con el cuál se centra esfuerzos en cuantificar la recolección y análisis de datos. Es formada a raíz de un enfoque de características deductivas en el que se hace énfasis en la justificación de la información teórica, que se moldea por filosofías empíricas. (Salman, 2003)

Para tener información del fenómeno investigado, en este caso, se recurrió a un grupo de expertos en materia exportable a quienes se les aplica una entrevista.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos y el análisis de estos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, con el uso de las estadísticas descriptiva e inferencial, en tratamiento estadístico y la prueba de hipótesis; la formulación de hipótesis estadísticas, el diseño formalizado de los tipos de investigación; el muestro, etc. (Ñaupas, 2014)

3.3. ENFOQUE

En esta ocasión se va a implementar dos tipos de enfoque que son: El enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo, ya que se está implementando una investigación mixta.

3.3.1 ENFOQUE CUANTITATIVO

Esta basa su observación en el análisis de números con el objetivo de comprobar datos e información específica. Tiene un punto de partida desde que existe una realidad que hay que conocer, siendo una premisa la realidad del fenómeno social puede conocerse con la mente por medio del uso de instrumentos de medición y cuantificación.

Se caracteriza por utilizar métodos y técnicas cuantitativas y por ende tiene que ver con la medición, el uso de magnitudes, la observación y medición de las unidades de análisis, el muestreo, el tratamiento estadístico. El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos y el análisis de estos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, con el uso de las estadísticas descriptiva e inferencial, en tratamiento estadístico y la prueba de hipótesis; la formulación de hipótesis estadísticas, el diseño formalizado de los tipos de investigación; el muestro, etc. (Ñaupas, 2014)

Se logró obtener datos numéricos, porcentajes estadísticos, diagramas de barras, diagramas de pastel, entre otros, por medio de la búsqueda de fuentes estadísticas y bibliográficas que permitieron detallar el comportamiento de las exportaciones de Palmito Ecuatoriano hacia la Unión Europea.

3.3.2 ENFOQUE CUALITATIVO.

El enfoque cualitativo no puede ser reducido a un conjunto simple y prescriptivo de principios, y señala tres elementos comunes a la rica variedad de estrategias y técnicas. Así, entiende que la investigación cualitativa está: a) fundada en una posición filosófica que es ampliamente interpretativa en el sentido de que se interesa en las formas en las que el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido, b) basada en métodos de generación de datos flexibles y sensibles al contexto social en que se producen y c) sostenida por métodos de análisis y explicación que abarcan la comprensión de la complejidad, el detalle y el contexto.

Este se apoya en guías segmentadas por áreas o tópicos con gran significancia de la investigación del comportamiento de Palmito de Ecuador hacia la Unión Europea en el

periodo 2015-2018 con la idea a defender de que el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) favoreció positivamente el crecimiento de las exportaciones de esta conserva, sin embargo, la preguntas no van a ser antes de la recolección y análisis de los datos, este análisis cualitativo permite desarrollar las interrogantes e hipótesis antes, durante el proceso de recolección y análisis de los datos.

3.4.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos es una manera por el cual los individuos recopilan y miden información de forma que se pueda tener un panorama amplio, con la evaluación de sus resultados para prever tendencias futuras.

El objetivo principal de este procedimiento es de recapitular información de diversas fuentes para la obtención de una perspectiva completa referente al tema que se está intentando investigar.

Entre los principales objetivos se tiene:

- Ayuda a identificar oportunidades de negocio.
- Bases para que los investigadores entiendan los comportamientos de los fenómenos en los que se indagan.

Se elaboró una entrevista con preguntas abiertas, cuya herramienta de investigación se sujetó al entrevistado que se pueda desarrollar y dialogar de forma entendibles, tomando en cuenta los beneficios que el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) brindó a las exportaciones de Palmito de Ecuador hacia la Unión Europea desde que entró en vigor el 1 de enero del 2017.

3.4.1. TÉCNICAS

3.4.1.2 ENTREVISTA.

Una entrevista es una conversación que se entabla entre dos o más personas, el proceso es el siguiente: El entrevistador elabora preguntas y el entrevistado tiene la función de responderlas bajo un marco de sinceridad.

Esta técnica se utiliza para diversos objetivos, entre los principales están: Investigación y temas de interés científicos. Una entrevista no se realiza de forma casual, sino que es un diálogo con previo acuerdo por parte del entrevistador y el entrevistado.

En la entrevista, una persona (investigador) pregunta a otra (informante) algo en relación con una temática determinada, a fin de obtener información concreta sobre dicha temática. En la entrevista se tiene, al menos, dos personas, la que pregunta y la que responde. También, a veces, puede haber entrevistas grupales, en donde una persona pregunta y las otras responden. (Lucio, 2011)

3.4.2. INSTRUMENTOS

Son recursos que la persona que investiga tiene a disposición para utilizar con el objetivo de abordar temáticas. La principal ventaja de los instrumentos de investigación es que sirve como herramienta para el investigador para acercarse a los fenómenos que se pretende estudiar.

La ciencia se apoya en instrumentos capaces de cuantificar fenómenos estableciendo relaciones funcionales obtenidas a través de modelaciones de la realidad.

Para realizar este proceso, el investigador utiliza la medida mediante la que es capaz de representar propiedades por medio de números. Ciertas propiedades han sido estudiadas desde hace siglos: los procesos de medida de tiempo, la longitud o el peso, son de todos conocidos, pero otras características, no menos importantes, como la inteligencia, la atención, el interés, etc. (Gil, 2016)

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Una muestra es una parte de la población o universo a estudiar, entonces, para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la población o universo a estudiar, es decir, el conjunto total de los objetos de estudio, (eventos, organizaciones, comunidades, personas, etc) que comparten ciertas características comunes, funcionales, a la investigación. Vale decir, debemos definir, sobre qué o quienes se van a recolectar los datos. (Gómez, 2006).

La población o universo para estudiar es el de expertos en el área de negocio internacional, siendo la muestra cuatro expertos del comercial internacional. Además, se consideran para esta investigación la información encontrada en páginas web de diferentes organismos estatales como son: SENA, ProEcuador, Trademap y Banco Central; mismas que servirán para analizar el nivel de importaciones desde Ecuador al continente europeo a partir de la firma del acuerdo comercial multipartes.

3.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados derivados del análisis estadístico pueden ser útiles para los propios investigadores y también para otros profesionales de la salud, por ello se han de publicar; de este modo, los profesionales podrán fundamentar su práctica en los resultados que ofrece la investigación rigurosa. Es necesario verificar la información recogida y comprobar que no contiene errores que pueden repercutir en los resultados finales; del contrario, se pueden dar valores estadísticos erróneos o presentar asociaciones de variables que son falsas; en consecuencia, los profesionales aplicarían resultados basados en conclusiones falsas. (Fuentelsaz, 2006)

Se explicó en que consisten los resultados que se obtuvieron y se comparó con información de otros investigadores del comportamiento de las exportaciones de Palmito Ecuatoriano hacia la Unión Europea desde que entró en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la Unión Europea.

3.7 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Entrevista a:

Msc. Jessica Ramírez (Coordinadora de Comercio Exterior Surpapel S.A)

Msc. Pamela Lacera (Agente de operaciones en UPS)

Msc. Cecilia Ramírez (Supervisora en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador)

Msc. Marcelo Proaño (Docente universitario de la materia Negocios Internacionales)

ENTREVISTA	
1	¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?
2	¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?
3	¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales?
4	¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?
5	¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?
6	¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?
7	Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional.

3.8 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A LOS EXPERTOS.

1. ¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?

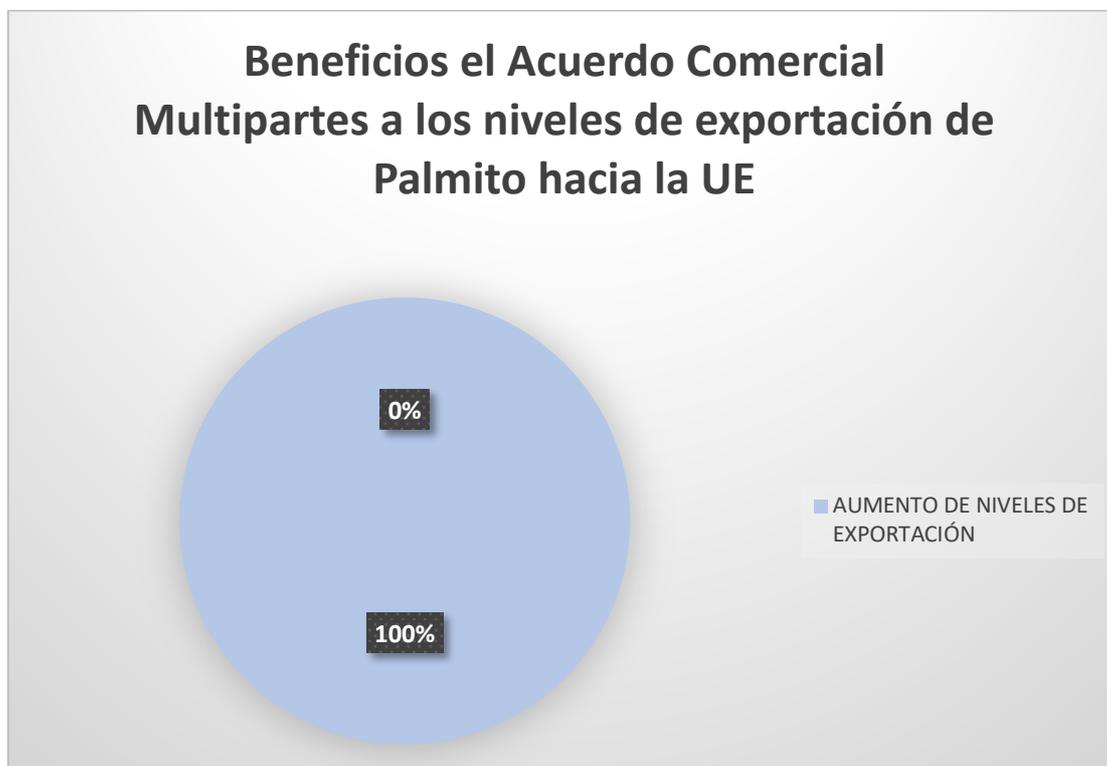


Figura 6 Beneficios el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Frente a esta pregunta los entrevistados expusieron que el beneficio del Acuerdo Comercial Multipartes ha incidido de manera positiva en los niveles de exportación del palmito desde Ecuador hacia la Unión Europea; la reducción de las tasas arancelarias,

El Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) beneficia de manera directa al volumen de las exportaciones, como resultado nuevas empresas invierten en este mercado. Sin duda alguna la eliminación de las tasas arancelarias es un beneficio directo en el aumento de la demanda internacional de los productos ecuatorianos, en este caso el sector palmicultor objeto de esta investigación atraviesa un auge en producción y demanda.

2. ¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?



Figura 7 Obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

La respuesta que dieron los entrevistados a esta pregunta tuvieron diferentes aspectos:

1. Barreras arancelarias
2. Falta de actividades que promocionen las bondades del palmito al país que se exportó.
3. Trámites Burocráticos
4. Falta de conocimiento del Acuerdo Comercial Multipartes de los microempresarios.

La falta de actividades que den a conocer al palmito en el mercado al que se exporta, evita que se alcance una mayor ventaja sobre los países competidores. La falta de familiarización de la firma comercial a microempresarios y pequeños productores del sector palmicultor es un deber que no se cumple por parte de las instituciones de comercio exterior públicas, quienes sí tienen una serie de trámites burocráticos que terminan desanimando al productor que desea comercializar el palmito internacionalmente.

3. ¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?

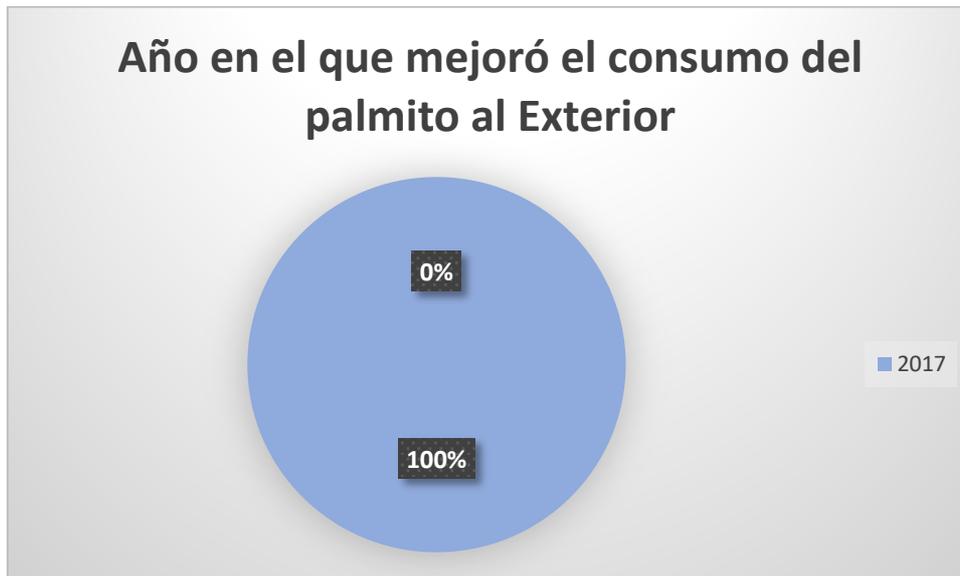


Figura 8 Año en el que mejoró el consumo del palmito al Exterior
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

La respuesta de los expertos coincide que desde el año que entró en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes (2017).

Se empiezan las conversaciones con la Unión Europea en el 2014 y después de 5 rondas de negociaciones en donde se establecieron los beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) entra en vigor el 1 de enero del 2017; el aumento de los niveles de exportaciones tanto en USD (dólares americanos) como en TM (Toneladas métricas) fueron mayores a partir de este año.

¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales? sí, no explique su respuesta



Figura 9 Importancia del palmito dentro del grupo de las exportaciones no tradicionales
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

El grupo de profesionales entrevistados coinciden que el palmito es uno de los productos más rentable debido a que Ecuador es el máximo exportador a nivel mundial.

El palmito significa una importante fuente de empleo y del uso de unidades productivas en la agricultura del país, constituyendo parte importante del aporte del Producto Interno Bruto; es la conserva más exportada y en la actualidad atraviesa por un auge en el volumen de las exportaciones debido a la gran calidad con la que se cosecha y las condiciones climáticas en las que este se desarrolla en el Ecuador. El mercado chino y el estadounidense también son de los principales destinos del palmito ecuatoriano.

¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?



Figura 10 Beneficios el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

1. Mejora de la participación comercial de Ecuador en el mercado europeo.
- 3 Aumento de entrada de divisas.
- 4 Apalancamiento de la economía.
- 5 Mejora de la imagen de Ecuador en el extranjero.

El Acuerdo ha ayudado a Ecuador a mejorar su participación en el mercado europeo, también en el aumento de la entrada de divisas, apalancamiento de la economía, se benefició la imagen de los productos ecuatorianos en el extranjero. Asimismo, el aumento de la demanda del producto ayudo a en la creación de nuevas plazas de trabajo.

¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?

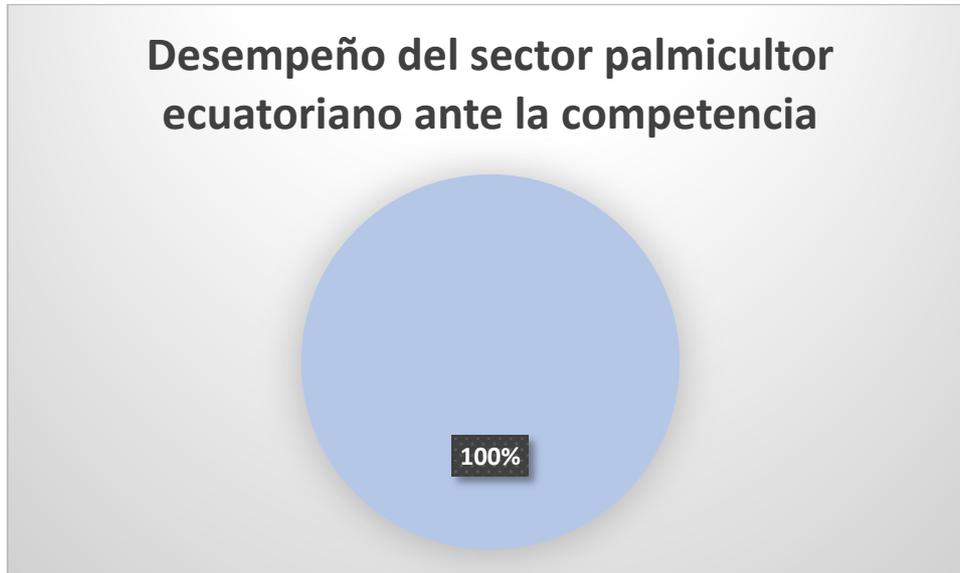


Figura 11 Desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Definitivamente las respuestas coinciden al considerar que el sector palmicultor ecuatoriano está en la capacidad de competir debido a que el palmito contiene características uno a nivel mundial, como su textura, sabor y calidad, que solo Ecuador por su clima y calidad de suelo puede producir.

Ha diferencia de sus competidores internacionales Ecuador creó una ventaja absoluta que le ha permitido como el principal exportador de palmito en el mundo superando a países como Brasil o Chile ocupando un 58% del volumen de las exportaciones a nivel mundial.

Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional



Figura 12 Motivación al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Las respuestas de la pregunta número siete se encontró cuatro aspectos detallados a continuación:

1. Generar campañas publicitarias.
2. Actividades de feria.
3. Capacitación a los involucrados en la cadena de producción.
4. Costo de transporte.

En la cadena de distribución el transporte es el costo más elevado que tienen que cubrir los comerciantes de palmito lo cual es una barrera para aumentar la producción; a su vez, el tener un espacio publicitario en donde se promoció los beneficios del palmito significaría un aumento de la demanda del producto en los mercados internacionales.

3.9 ANÁLISIS DE LA BALANZA COMERCIAL PROPORCIONADOS POR LOS ORGANISMOS ESTATALES: TRADEMAP, PROECUADOR, BANCO CENTRAL.

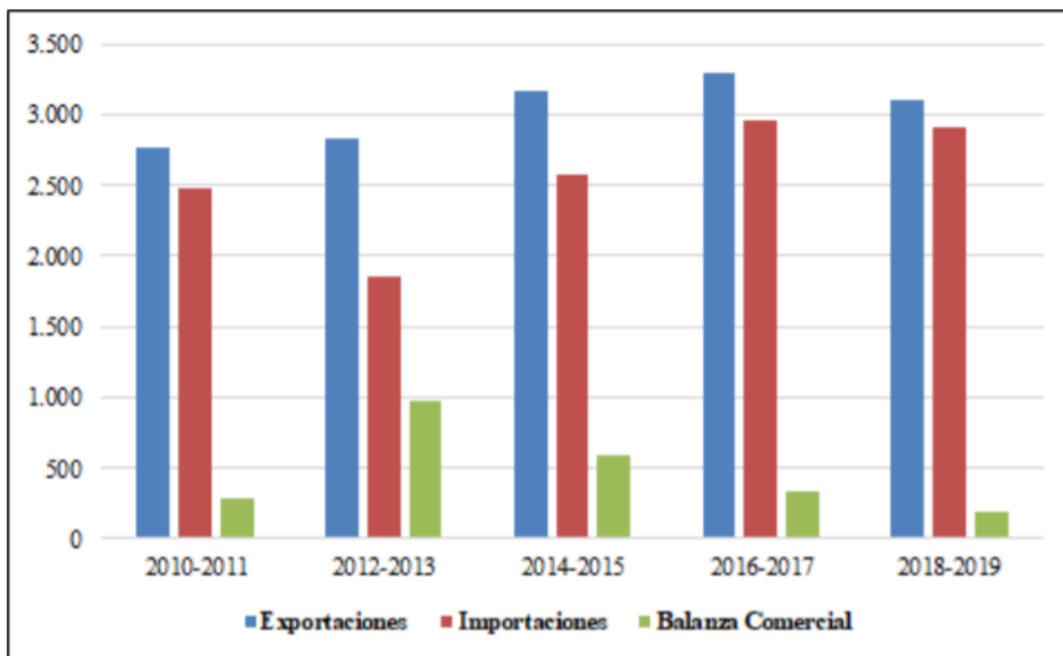


Figura 13 Balanza Comercial Ecuador – Francia (Millones de USD)

Fuente: Banco Central

En el primer semestre de 2014, la balanza comercial de Ecuador tuvo un resultado equilibrado como consecuencia de exportaciones (crecieron 9.7%) disminuyendo las exportaciones. Según la CEPAL el crecimiento de las exportaciones ecuatorianas se explica por el aumento de las ventas externas al resto de América y al resto de estados. (CEPAL, 2016)

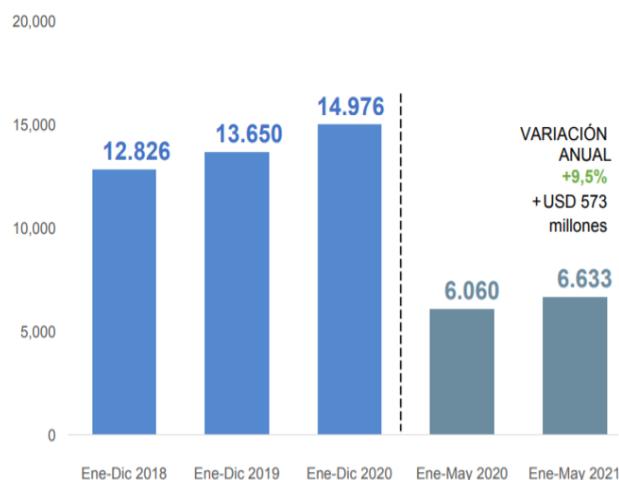


Figura 14 Exportaciones de palmito en millones de USD

Fuente: Banco Central



Figura 15 Balanza Comercial Enero-mayo 2021
Fuente: Banco Central

Durante los últimos años la relación de intercambio comercial ha sido excelente, y Ecuador se ha visto beneficiado en su balanza comercial como resultado de la alta demanda de los productos no tradicionales de los cuales se encuentra el palmito.

Período	Ene - Dic 2018		Ene - Dic 2019		Ene - Dic 2020		Variación Ene. - Dic. 2020 / 2019	
	TM	Valor	TM	Valor	TM	Valor	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	31,239.2	21,628.0	33,100.0	22,329.4	32,502.2	20,226.6	-2,102.8	-9.4%
Petroleras	20,504.7	8,801.8	22,212.1	8,679.6	20,839.1	5,250.4	-3,429.2	-39.5%
No petroleras	10,734.5	12,826.2	10,887.9	13,649.8	11,663.2	14,976.2	1,326.4	9.7%
Importaciones totales	17,032.6	22,105.6	17,373.7	21,509.3	15,339.6	16,986.8	-4,522.4	-21.0%
Bienes de consumo (2)	1,043.1	5,014.7	1,213.7	4,910.9	998.4	4,116.3	-794.6	-16.2%
Materias primas	8,891.4	7,490.6	8,576.2	6,940.8	7,916.4	5,992.7	-948.1	-13.7%
Bienes de capital	539.2	5,202.8	556.1	5,373.7	394.6	4,152.0	-1,221.7	-22.7%
Combustibles y Lubricantes	6,552.2	4,325.7	7,017.0	4,148.8	6,023.0	2,647.1	-1,501.8	-36.2%
Diversos	6.6	70.0	10.6	100.0	7.2	78.8	-21.2	-21.2%
Ajustes (3)		1.8		35.0		0.0	-35.0	-100.0%
Balanza Comercial - Total		-477.6		820.1		3,239.8	2,419.6	295.0%
Bal. Comercial - Petrolera		4,459.0		4,520.6		2,599.1	-1,921.5	-42.5%
Exportaciones petroleras		8,801.8		8,679.6		5,250.4	-3,429.2	-39.5%
Importaciones petroleras		4,342.8		4,159.0		2,651.3	-1,507.7	-36.3%
Bal. Comercial - No petrolera		-4,936.6		-3,700.4		640.6	4,341.1	117.3%
Exportaciones no petroleras		12,826.2		13,649.8		14,976.2	1,326.4	9.7%
Importaciones no petroleras		17,762.8		17,350.3		14,335.5	-3,014.7	-17.4%

Figura 16 Exportaciones No petroleras enero 2018 a diciembre 2020

Fuente: Banco Central

Según el cuadro presentado por el banco central de acuerdo a las exportaciones no petroleras, se puede evidenciar que la balanza comercial registra un saldo favorable para la economía del Ecuador.

3.10 CUADRO COMPARATIVO DE EXPORTACIONES DE PALMITO HACIA LA UNIÓN EUROPEA EN USD Y EN TONELADAS MÉTRICAS ANTES Y DESPUÉS DEL ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES

Tabla 1

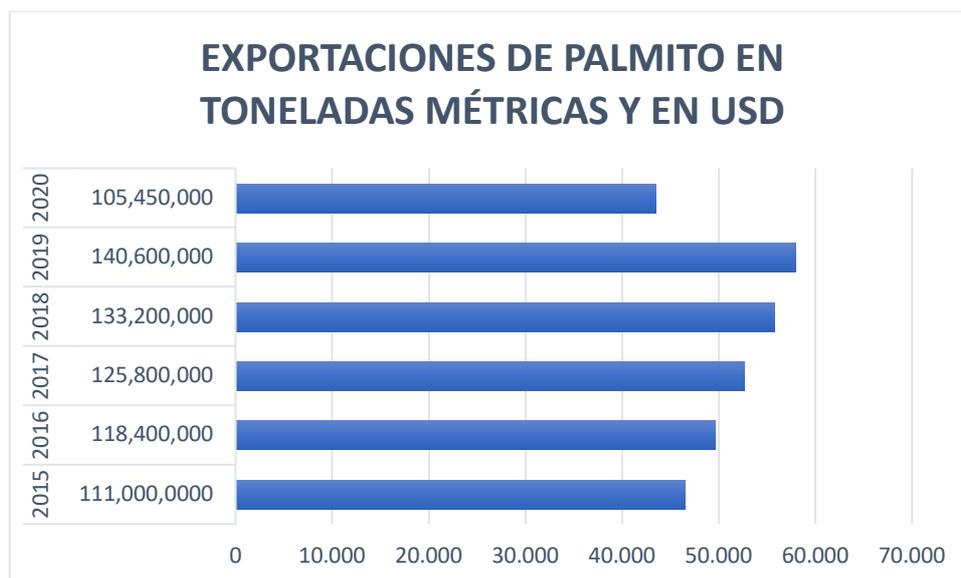
Cuadro comparativo de exportaciones de palmito hacia la unión europea en usd y tm

AÑO	EXPORTACIONES EN USD	EXPORTACIONES EN TONELADAS MÉTRICAS
2015	111,000,0000	46.500
2016	118,400,000	49.600
2017	125,800,000	52.700
2018	133,200,000	55.800
2019	140,600,000	58.900
2020	105,450,000	43.500

Fuente: Trademap
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Tabla 2

Exportaciones de palmito en toneladas métricas y en usd



Fuente: Trademap
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Análisis: Las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea tiene un crecimiento aproximado de 10% anual; en el año 2019 se exportó la mayor cantidad de palmito con 140,600,000 millones USD y 58.900 en toneladas métrica; en 2020 debido a las consecuencias de la pandemia las exportaciones se redujeron en un 25%.

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4. PERFIL DEL SECTOR PALMICULTERO EN EL ECUADOR

Según Corpei el palmito ha sido clasificado dentro del grupo de las legumbres frescas, preparadas y conservadas (CORPEI, 2015)

Este producto presenta un gran potencial para ser exportado ingresar a muchos mercados extranjeros. Una de las grandes ventajas del palmito es que su producción se la realiza durante todo el año en zonas tropicales de cultivo

Considerando que el Ecuador a nivel mundial se ha convertido en el primer exportador de este producto y que por ende existe una gran demanda, las oportunidades de ir creciendo y abriendo nuevos mercados es un hecho inminente. Según MAGAP 2016, el 90% de la producción de palmito está destinada al sector exportador, constituyéndose en un alimento muy apreciado en el mercado internacional.

Tabla 3
Especificaciones del Palmito

NOMBRE GENERICO	Chamaerops humilis
PARTIDA ARANCELARIA	2008910000
PRINCIPAL IMPORTADOR	FRANCIA
AUMENTO DEL VALOR EN DÓLARES PERÍODO 2015/2018 A NIVEL MUNDIAL	2015: \$117.290 2018: \$133.473
AUMENTO ANUAL DE EXPORTACIONES A PARTIR DEL ACM	0,11%
ARANCEL APLICADO A EXPORTACIONES A LA UE	0%

Fuente: Magad
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

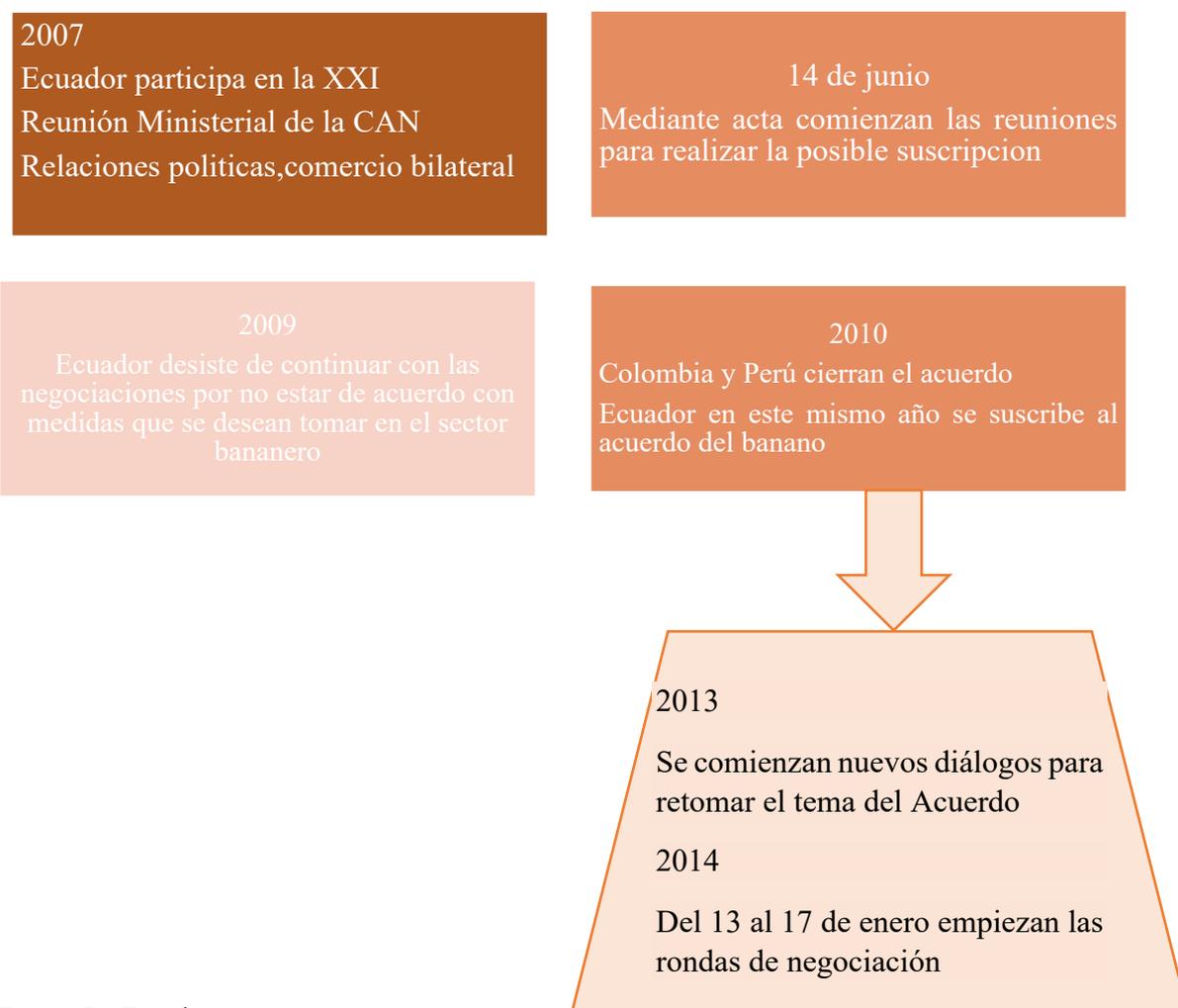
4.1 ANÁLISIS GENERAL DEL ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES

Antes que Ecuador realizara la Firma del Acuerdo Multipartes existe un antecedente que se dio como parte del proceso de dicho acuerdo

Protocolo de Adhesión entre la U.E por una parte con Colombia y Perú y Ecuador por otra.

Tabla 4

Protocolo de Adhesión entre la U.E por una parte con Colombia y Perú y Ecuador por otra.



Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Según Geurts en un informe realizado para la cámara de comercio de Quito el Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Ecuador, en vigor desde 2017, ha marcado un antes y un después en las relaciones bilaterales, generando resultados positivos con un aumento en un 11% de las exportaciones de Ecuador al bloque comunitario desde 2016, y el incremento de las exportaciones de productos ecuatorianos en casi un 50%. Este instrumento ha permitido crear un marco legal estable que ha generado una apertura del mercado y un mejor ambiente para los operadores económicos e inversionistas. Sobre los principales resultados del comercio bilateral de bienes si comparamos enero a agosto 2020 vs 2019, es importante mencionar que, aunque las exportaciones de Ecuador a la UE cayeron marginalmente (-0,53%) debido al confinamiento y a las dificultades logísticas derivadas de la pandemia, estos factores no impidieron que la demanda europea de productos agrícolas se mantenga ininterrumpida. (Geurts, 2020)

El comercio internacional siempre será un componente importante en el desarrollo económico de un país, es por esta razón que las relaciones comerciales entre Ecuador con la Unión Europea se han convertido en un pilar fundamental para la oferta exportable. Con la eliminación de los aranceles a partir de la firma del Acuerdo Multipartes la economía ecuatoriana se ha visto beneficiada

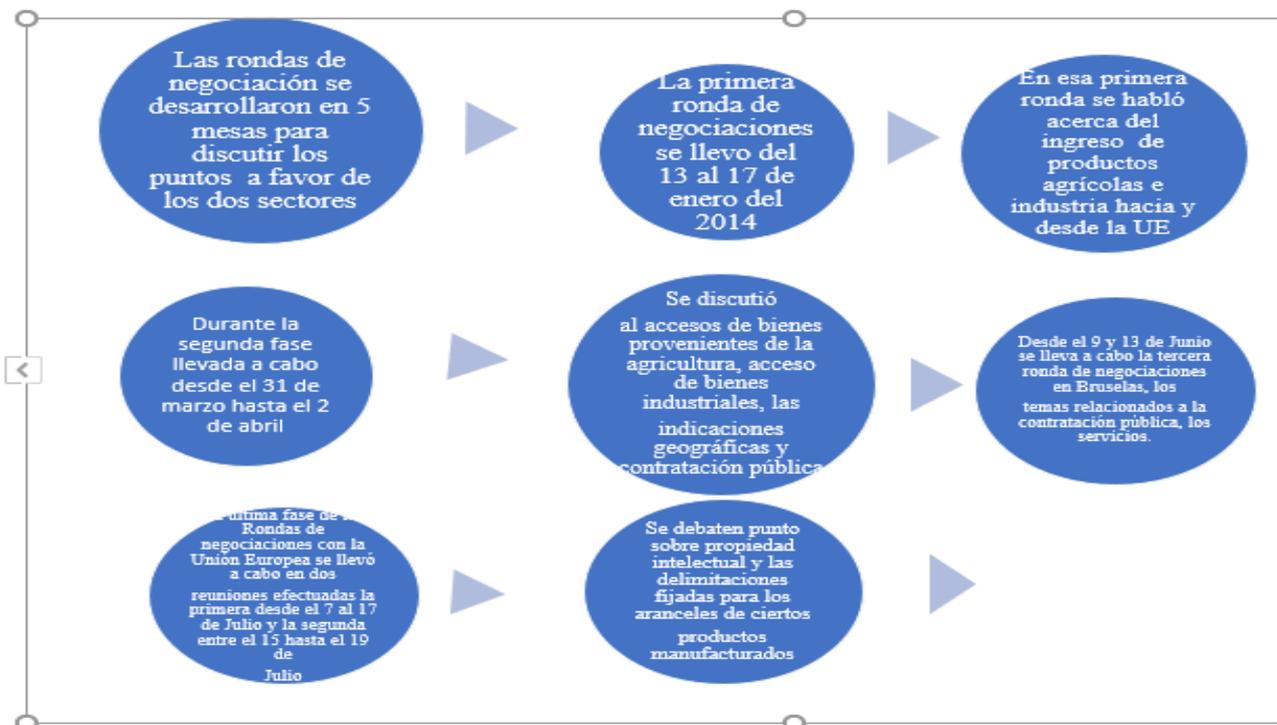


Figura 13 Ronda de negociaciones

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Cuando culmina el proceso negociación inicia una nueva etapa, la etapa de revisión jurídica del convenio, y se verifica la traducción y la elaboración del Protocolo de Adhesión. Posteriormente, empiezan los proyectos de revalidación e implementación del Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) que lleva un período de dos años para su diligencia.

El Acuerdo contiene diversos bienes y servicios que se clasifican en cinco grupos que se llevan el nombre de “mesas de negociación”, con la siguiente característica:

- Acceso a mercados de bienes agrícolas
- Acceso a mercados de bienes industriales
- Servicios
- Compras públicas
- Indicaciones geográficas

Para lograr la firma del acuerdo, Ecuador demoró cuatro años en la transición para lograr la implementación de este. El acuerdo Comercial Multipartes es el medio por el que se busca fortificar las ventajas comerciales que disminuyen costos y busca proteger a los sectores los cuales se consideran como sensibles en la economía ecuatoriana.

El desarrollo de las exportaciones que se destinan a la Unión Europea ha reflejado números que son favorables para Ecuador, en el cuál al igual que Perú y Colombia gozan de beneficios.

4.2 VISIÓN GENERAL DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS

El acuerdo Multipartes firmado por el Ecuador con la Unión Europea da sus primeros frutos según lo indica PROECUADOR

Las exportaciones ecuatorianas no petroleras presentaron un crecimiento del 11.8% en valor FOB y 10.6% en toneladas desde enero a marzo de 2017. En total, son diez los sectores que obtuvieron mayor crecimiento en el volumen exportado, siendo el banano y plátano junto a acuicultura los que lideran este balance. Según Silvana Vallejo, directora

ejecutiva del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro-Ecuador), entre los destinos de exportación que reflejan un considerable incremento en volumen destacan: Corea del Sur (322.4%), China (45.2%), Vietnam (41.8%), México (25.9%), Argentina (25.0%), Chile (18.7%), Unión Europea (16.3%), Colombia (11.0%), Brasil (10.3%), Rusia (8.7%)

Estos datos de comercio del país forman parte del estudio que mensualmente realiza Pro-Ecuador en base a las cifras económicas del Banco Central del Ecuador. /AD El Ciudadano-Pro-Ecuador (ProEcuador, 2017)

A continuación, se presentan gráficos desde el año 2010, evidenciándose a través de estos el incremento de las exportaciones de los productos ecuatorianos hacia la Unión Europea quedando demostrado el beneficio que ofrece el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM). Es necesario puntualizar que por el año 2020 tuvieron afectaciones los niveles de exportaciones de algunos productos por efectos de la pandemia.

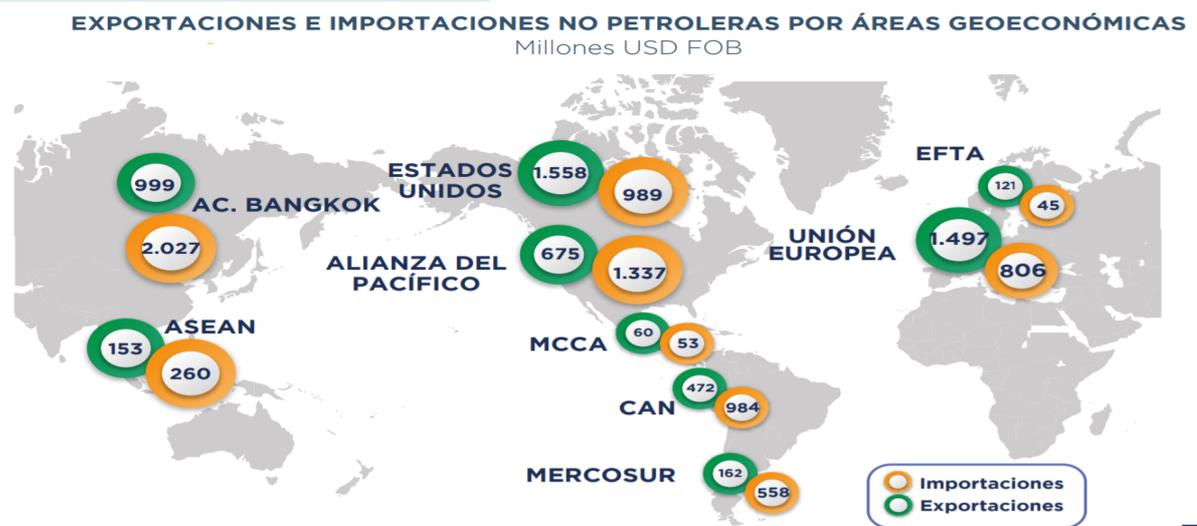


Figura 14 Exportaciones e importaciones No Petroleras por Áreas Geoeconómicas

Fuente: Banco Central

4.3 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS

Periodo 2015

Octubre 2014—Octubre2015

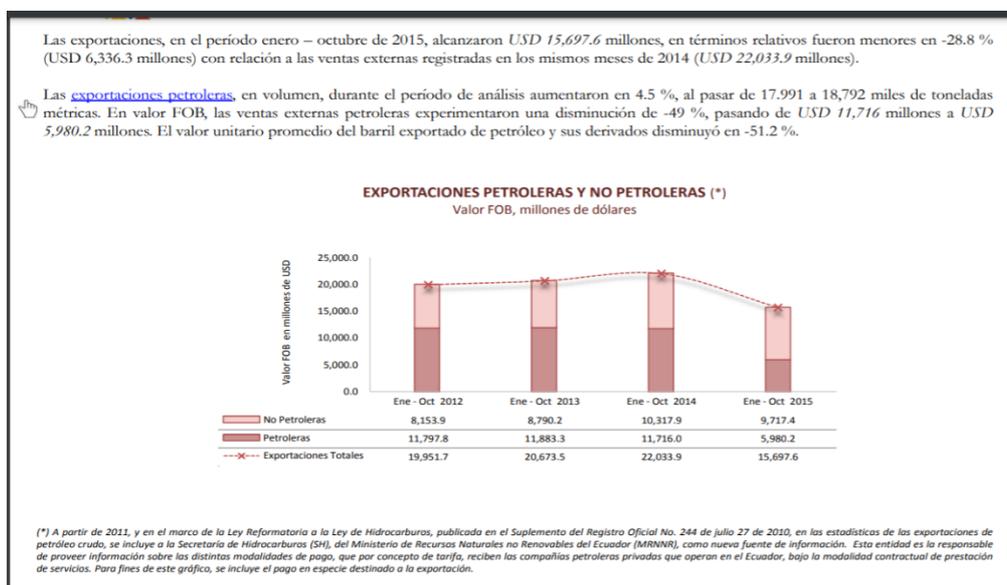


Figura 15 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2015)

Fuente: Banco Central

Las exportaciones no petroleras registradas en el período de análisis fueron de USD 9,717.4 millones, monto inferior en 5.8% respecto del período enero-octubre de 2014, que fue de USD 10,317.9 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen (toneladas métricas) de 2.6 %, entre los dos períodos.

Las ventas externas No Petroleras Tradicionales totalizaron USD 5,189.2 millones, valor inferior al exportado entre enero y octubre de 2014 en 0.9% (USD 47.5 millones); y, las No Tradicionales alcanzaron USD 4,528.1 millones, -10.9% (USD -553.1 millones) menos que las ventas efectuadas en el mismo período. Tomado del Banco Central (Ecuador B. C., 2020)

Periodo 2016

Octubre 2015—Octubre2016

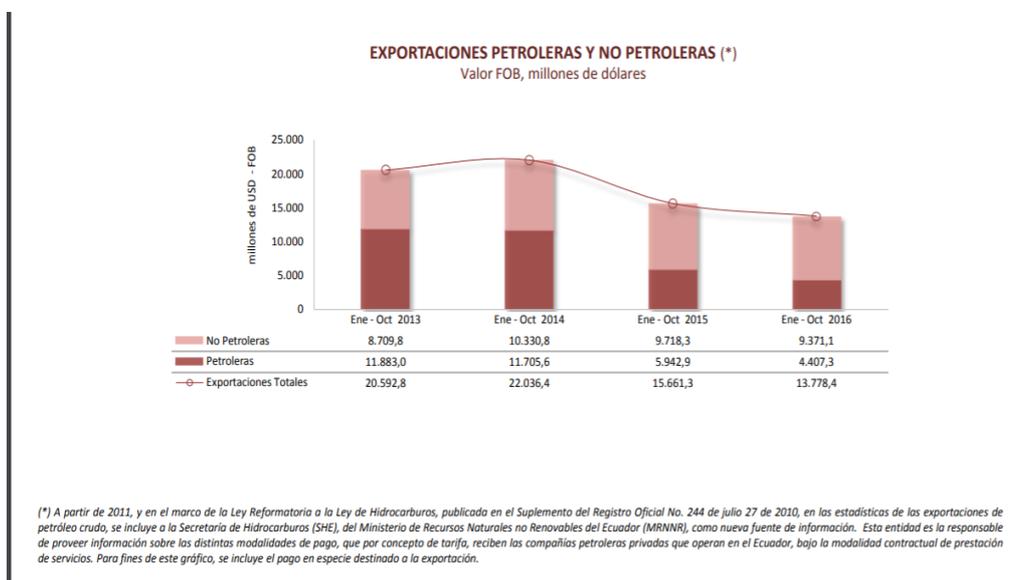


Figura 16 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2016)

Fuente: Banco Central

Las exportaciones no petroleras registradas entre los meses de enero y octubre de 2016 fueron de USD 9,371.1 millones, monto inferior en 3.6 % (USD 347.3 millones) respecto a enero – octubre de 2015, que fue de USD 9,718.3 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen (toneladas métricas) de 4.1 %, entre los dos períodos.

Las exportaciones no petroleras tradicionales totalizaron USD 5,313 millones, valor inferior al registrado en enero –octubre de 2015 en 1.9 % (USD 101.5 millones); mientras que las no tradicionales alcanzaron USD 4,058.1 millones, (USD -448.7 millones (10 %)) menos que las ventas efectuadas en el mismo período de 2015.

Las participaciones porcentuales de los productos tradicionales y no tradicionales en las exportaciones no petroleras, registradas entre enero y octubre de 2016, fueron de 56.7 % y 43.3 %, respectivamente. Tomado de la página web del Banco Central (Ecuador B. C., 2020)

Periodo 2017

Octubre 2016—Octubre2017

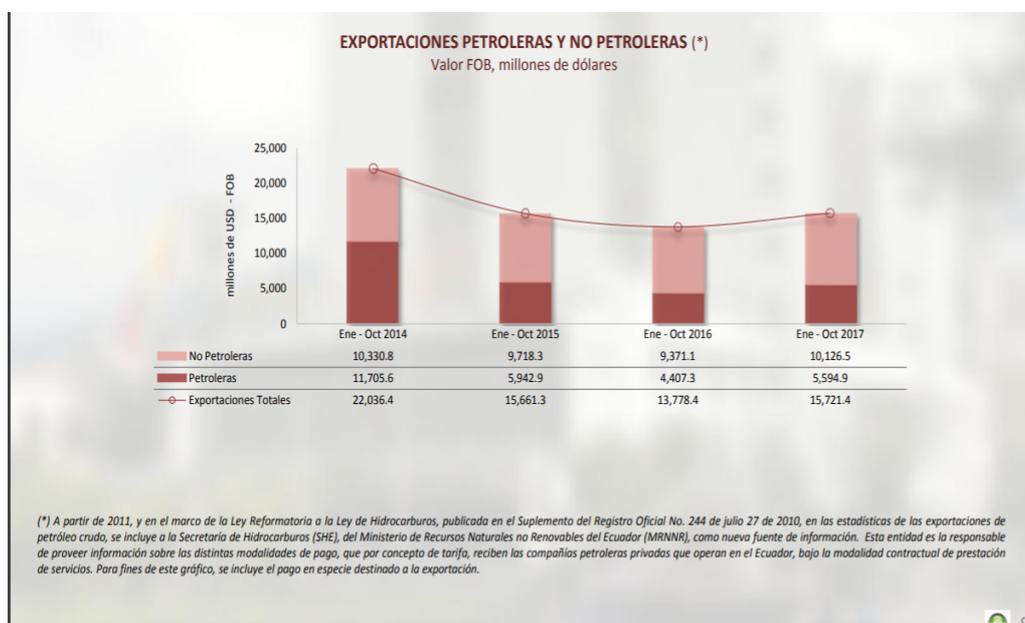


Figura 17 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2017)

Fuente: Banco Central

Las exportaciones no petroleras registradas en los diez meses transcurridos de 2017 fueron de USD 10,126.5 millones, monto superior en 8.1% (USD 755.4 millones) respecto a enero – octubre de 2016, que fue de USD 9,371.1 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen (toneladas métricas) de 3.9%, entre los dos períodos (de 8,214 TM a 8,538 TM).

Las exportaciones no petroleras tradicionales totalizaron USD 5,902.8 millones, valor superior al registrado en enero – octubre de 2016 en 11.1% (USD 589.8 millones); mientras que las no tradicionales alcanzaron USD 4,223.7 millones, 4.1% (USD 165.6 millones), más que las ventas efectuadas en el mismo período de 2016 (USD 4,058.1 millones).

Tomado de la página web del Banco Central (Ecuador B. C., 2020)



Figura 18 Participación porcentual de los principales productos de exportación No petroleros
Fuente: Banco Central

Periodo 2018

Exportaciones petroleras y no petroleras

Enero – Octubre 2017 / Enero – Octubre 2018

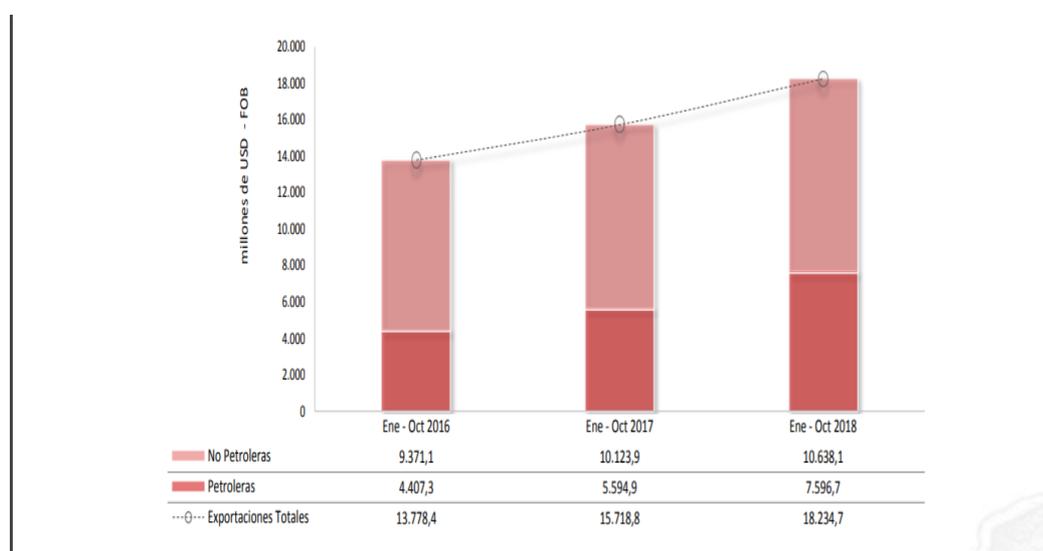


Figura 19 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2018)
Fuente: Banco Central

Las exportaciones no petroleras registradas en los meses de enero y octubre de 2018 fueron de USD 10,638.1 millones, monto superior en 5.1% (USD 514.1 millones) respecto a mismo período del año 2017, que fue de USD 10,123.9 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen (toneladas métricas) de 1.4%, entre los dos períodos (de 8,536 a 8,658 miles de TM).

Por su parte, las exportaciones no petroleras tradicionales totalizaron USD 6,259.3 millones, valor superior en 6.1%; respecto al registrado en enero – octubre de 2017 (USD 5,901.7 millones), mientras que las no tradicionales alcanzaron USD 4,378.8 millones, 3.7% (USD 156.6 millones) más que las ventas efectuadas en el mismo período de 2017

(USD 4,222.2 millones). Tomado de la página web del Banco Central (Ecuador B. C., 2020).



Figura 20 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en porcentaje (Período 2018)
Fuente: Banco Central

Periodo 2019

EXPORTACIONES NO PETROLERAS

Ene – Oct 2018 / Ene – Oct 2019

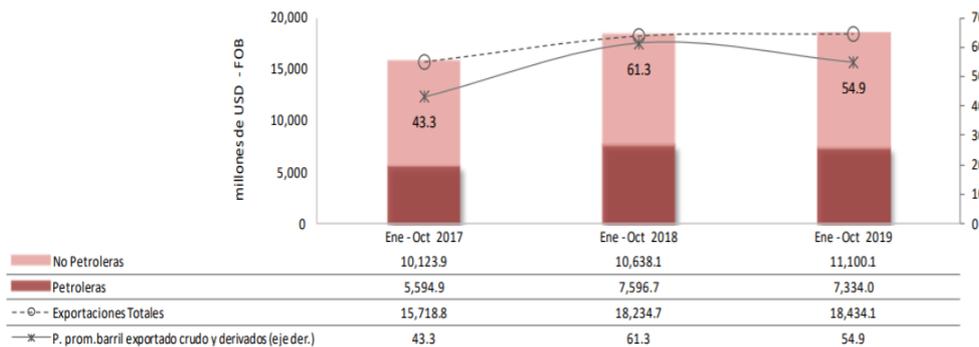


Figura 21 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2019)
Fuente: Banco Central

Las exportaciones no petroleras registradas en enero – octubre de 2019 fueron de USD 11,100.1 millones, monto superior en 4.3% (USD 462.1 millones) respecto a enero –octubre de 2018, que fue de USD 10,638.1 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen (toneladas métricas) de 2.5%, entre los dos períodos (de 8,695a 8,914 miles de TM).

Por su parte, las exportaciones no petroleras totalizaron USD 6,791.3 millones, valor mayor en 8.5%; respecto al registrado en enero – octubre de 2018 (USD6,259.3 millones), mientras que las no tradicionales alcanzaron USD 4,308.8 millones, -1.6% (USD -70 millones) menos que las ventas efectuadas en el mismo período de 2018 (USD 4,378.8 millones). Tomado de la página web del Banco Central (Ecuador B. C., 2020)



Figura 22 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en porcentaje (Período 2019)
Fuente: Banco Central

Las participaciones porcentuales de los productos tradicionales y no tradicionales con respecto al total de las exportaciones no petroleras, entre los meses de enero y octubre de 2019, fueron de 61.2% y 38.8%, respectivamente. Tomado de la página web del Banco Central (Ecuador B. C., 2020)

Periodo 2020

EXPORTACIONES NO PETROLERAS

Ene – Oct 2020 / Ene – Oct 2021

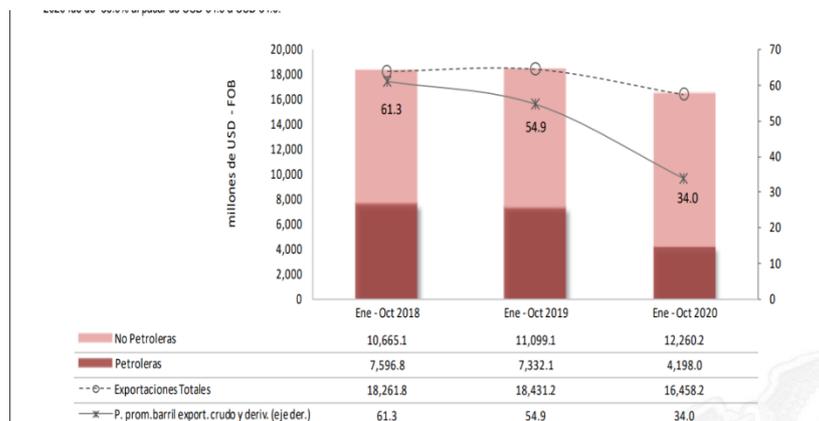


Figura 23 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en FOB (Período 2020)
Fuente: Banco Central

Las exportaciones no petroleras registradas entre enero y octubre de 2020 alcanzaron USD 12,260.2 millones, monto superior en 10.5% respecto al mismo período de 2019, que fue de USD 11,099.1 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen de 6.3%, entre los dos períodos.

Por su parte, las exportaciones no petroleras tradicionales totalizaron USD 7,314.8 millones, valor mayor en 7.7%; respecto al registrado en enero – octubre de 2019, mientras que las no

tradicionales alcanzaron USD 4,945.4 millones, 14.8% más que las ventas efectuadas en ese mismo período de 2019.

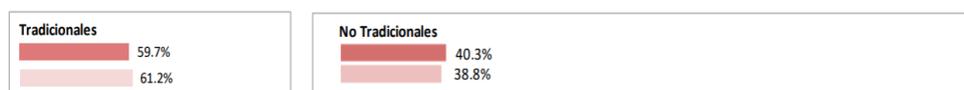


Figura 24 Exportaciones Petroleras y No petroleras representadas en porcentaje (Período 2020)

Fuente: Banco Central

Las participaciones porcentuales de los productos tradicionales y no tradicionales con respecto al total de las exportaciones no petroleras, en los primeros ocho meses de 2020, fueron de 59.7% y 40.3%, respectivamente. Tomado de la página web del Banco Central (Ecuador B. C., 2020)

4.3 EVOLUCIONES DE LAS EXPORTACIONES DEL PALMITO ECUATORIANO

PERÍODO 2000-2014

Tabla 5

Evolución de las exportaciones de Palmito 1990-2005

AÑO	VALOR FOB	VOLUMEN	VARIACION	VARIACION
	(000 USD)	(TM)	FOB	(TM)
1990	933	603		
1991	1,526	677	39%	11%
1992	631	223	-142%	-204%
1993	388	132	-63%	-69%
1994	598	254	35%	48%
1995	4,125	1,765	86%	86%
1996	8,741	3,540	53%	50%
1997	12,489	5,347	30%	34%
1998	18,156	7,881	31%	32%
1999	18,132	10,798	0%	27%
2000	23,654	14,477	23%	25%
2001	27,978	16,900	15%	14%
2002	23,061	13,951	-21%	-21%
2003 *	28,065	17,738	18%	21%
2004 **	29,684	17,631	5%	-1%
2005***	39,335	21,181	25%	17%

Fuente: Banco Central

Las exportaciones de palmito han registrado un crecimiento en los últimos 6 años. Por ende, en el año 2000 la cifra de 23.654,000 dólares en exportaciones, de igual forma en el año 2005 se obtiene 39.000,000 dólares.

Por tal motivo hay que considerar que Ecuador se ubica como el principal exportador de Palmito, en definitiva, son 25 países siendo Francia, Argentina, Chile los que demandan en total el 68% de las exportaciones del producto. Sin duda alguna en el año 2005 se evidencia un 25% de crecimiento respecto al FOB, comparado al 2004, en donde se nota una variación de precios existente a nivel de productor y de exportación por su alta demanda en los mercados internacionales. (Central, 2015)

Tabla 6

Principales países importadores de palmito año 2004

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE PALMITO AÑO 2004	
IMPORTADORES	TOTAL IMPORTADO EN MILES DE USD \$
Francia	31.646,0
Estados Unidos de América	11,504,0
Argentina	8.274,0
España	5.445,0
Chile	5.347,0
Otros	12.150,0

Fuente: Corpei

Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

Según estudios de la Corpei en el año 2004 Ecuador ocupa el primer lugar dentro del sector exportador de Palmito en el mundo, donde se destinó 46% de la exportaciones hacia la Unión Europea, las exportaciones alcanzaron 14.755.000 USD dólares, en tal Año Argentina se ubica en el segundo lugar de los importadores con un valor en dólares de 4.379.00 USD en dólares, alcanzando un 13% de exportaciones mundiales, Chile culmina el podio ocupando el tercer lugar con un valor en dólares de 3.724.000 USD dólares. (CORPEI, 2015)

En el sector del palmito ecuatoriano, se ha evidenciado un crecimiento a partir del año 1995 (1.765 TM), llegando al 2005 a (21.181 TM). Según un estudio se proyecta que hasta 2016 se exportarían 42.300 TM a nivel mundial.

El poder diversificar otros destinos implicaría que con estas cifras se desarrollen estrategias de promoción del producto en el mercado exterior. La CORPEI como institución pública, el Ministerio de Relaciones exteriores y el Ministerio de Comercio Exterior realizan esfuerzos que permitirán conseguir que se masifique el consumo del palmito en los países que lo importan con el objetivo de que se lo reconozca como un alimento de ingesta diaria y masiva, substancialmente por su nutritiva composición, para que se aproveche su ventaja sobre otros productos similares de exportadores de otros países.

En resumen, será importante que se unan esfuerzos que se plasmen en políticas públicas que garanticen un óptimo escenario para el sector palmicultor para que crezcan los niveles de exportación del producto. En Ecuador en el año 2008 se registra el número más alto de exportaciones de palmito al registrar un total de 72.657 (miles de dólares FOB); aunque desde el año 2002 al 2009 todos los años se ha registrado un gran crecimiento de las exportaciones de este producto.

4.3.2 COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DESDE EL 2010 HASTA MAYO DEL 2020

Tabla 7

Exportaciones mundiales del palmito durante el período 2013-2017

PAÍS	VALOR (EN MILLONES DE USD)	VOLUMEN (en toneladas)	Tasa de crecimiento en valor (2013-2017)
Francia	30,51	11.809	-8
Chile	19,8	10.996	-3
Estados Unidos	19,7	6.621	0
Argentina	12,7	7.654	-8
España	5,2	2.580	3
Canadá	3,4	1.501	-12
Bélgica	2,9	1.094	-14
Israel	2,6	1.040	-1
México	2,3	992	0
Holanda	2,2	643	54

Fuente: TradeMap 2018

Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

El crecimiento porcentual de las exportaciones hacia Europa de Palmito, en la actualidad se ha implementado procesos de publicidad en los países en donde llega el producto para que sea más consumido, convenciendo así a las personas de comerlo masivamente. Ahora bien, con todo lo antes explicado las mesas europeas buscan reforzar su dieta en base el aporte nutricional que brinda el palmito al cuerpo humano.

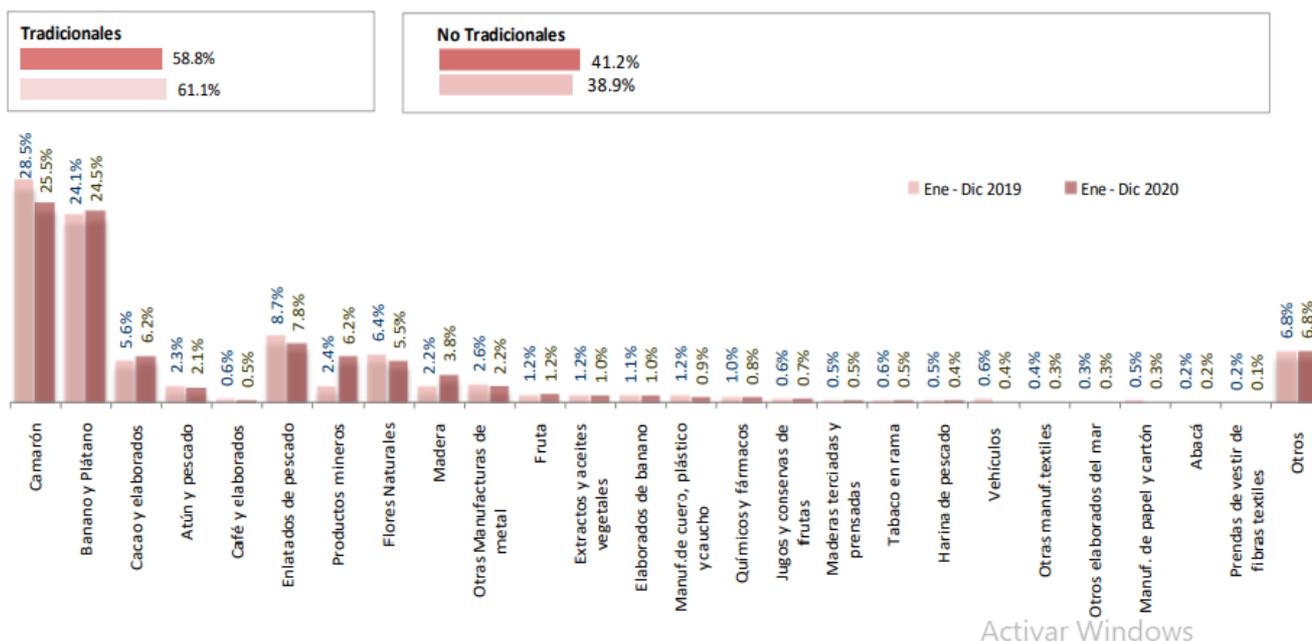


Figura 29 Participaciones porcentuales de los productos tradicionales y no tradicionales con respecto al total de las exportaciones no petroleras en 2020

Fuente: Banco Central

Análisis: Según el banco central en 2020 las participaciones porcentuales de los productos tradicionales y no tradicionales en comparación al total de exportaciones no petroleras fueron de 58.8% y 41.2%. (Ecuador B. C., 2020). En la siguiente figura se muestran los porcentajes de participación a nivel de grupo de productos no petroleros

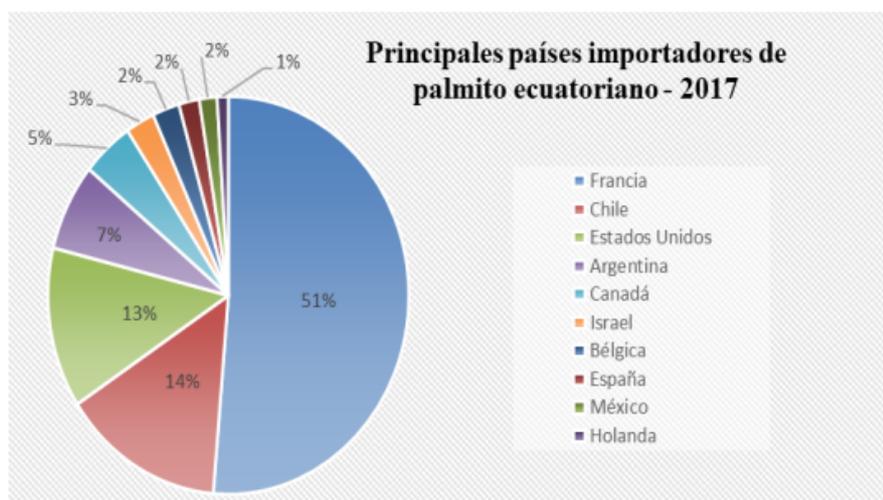


Figura 30 Principales países importadores de palmito ecuatoriano en el año 2017

Fuente: Trademap

Análisis: Según TradeMap los dos principales mercados donde se ha consolidado el palmito ecuatoriano es el europeo y estadounidense, el producto ingresa con la subpartida 2008.91.00.00. En el viejo continente, el acuerdo del Sistema General de Preferencias (SGP) brinda el beneficio de pagar 0% en aranceles. En el mercado norteamericano la arancelización es 0%, en base a un estudio realizado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (ProEcuador) para llevar el palmito a USA las empresas encargadas de producirlos tienen que regirse a los requisitos que exige la Administración de los Alimentos y Medicamentos (FDA) y del Codex Alimentario de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO)/Organización mundial del Comercio (OMC). (TradeMap, TradeMap, 2018)

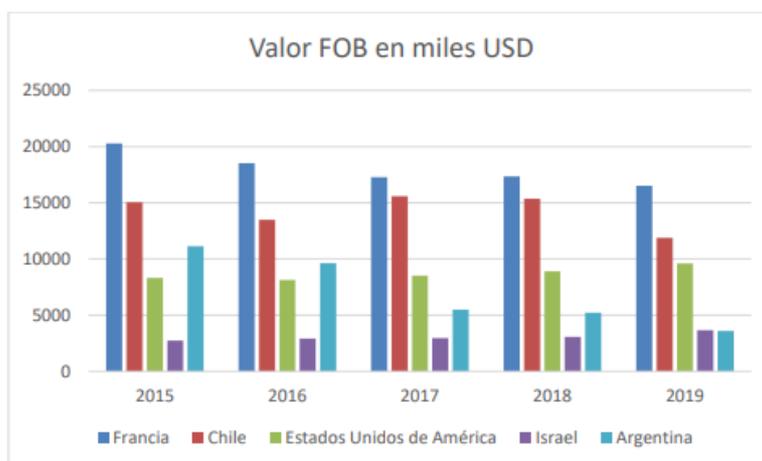


Figura 31 Destino de las exportaciones ecuatorianas
Fuente: Trademap

Análisis: La ilustración afirma el auge en las exportaciones de Palmito en los mercados de mayor consumo de este producto. Se ha verificado que Francia se mantuvo en el primer lugar entre en grupo de máximos importadores, seguido de Chile. El objetivo principal de esta gráfica es enseñar que ha disminuido el valor en dólares en la plaza francesa, así pues, Estados Unidos considerando que tiene un alza en sus valores en USD se adelanta desde el 2018 como un destino importante del Palmito Ecuatoriano. Cabe decir que el FOB que es lo mismo que Free On Board que se traduce como “Franco a bordo”, es un incoterm con el propósito de utilizarlo para transporte marítimo o fluvial. El vendedor entrega el producto en el puerto de embarque a fin de asumir los costos de trámites aduaneros.

- El comprador realiza los trámites de importación, luego continua con el transporte desde el puerto de embarque y se enfoca en los costos en el momento de la entrega de la mercancía.



Figura 32 Cantidad de palmito exportada en toneladas

Fuente: Trademap

En cuanto a las cantidades exportadas por Ecuador hacia los 5 mercados metas, se puede observar que Francia al paso de los años en la compra de palmito ecuatoriano se ha mantenido estable, casi sin variar la cantidad exportada hacia el país, solo con un pequeño incremento en el año 2019 comparándolo con el año 2018, se espera que siga incrementando las exportaciones debido a que es un país con muchas facilidades para el comercio de este producto y que cuenta con aranceles de 0% para el ingreso del mismo (Muñoz, 2021).

4.4 CRECIMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL PALMITO

En primer lugar, fue en la región Costa donde inicia el cultivo de Palmito en el año 1997, específicamente en la provincia de Esmeraldas en el cantón La Concordia y Quininde. De este modo los primeros sembríos se instalan como una alternativa a favor de la lucha contra el narcotráfico.

Resumiendo, los productores ven una gran oportunidad de explotación comercial, siendo el mercado de exportación el principal destino de las conservas de palmitos producidas en las fábricas de Esmeraldas siendo este producto uno de los más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales.

En cuanto a los factores que afectan al crecimiento de la industria del palmito en el Ecuador, se ha verificado que la escasez de materia prima y la caída de precios que experimentó el producto en el año 2000 como resultado del aumento de la oferta de palmito de origen brasilero y peruano.

De igual forma, se requiere que los actores de la cadena agroproductiva del palmito se integren para que se pueda conseguir los objetivos que se traza el sector palmicultor, en tal sentido la actividad alcanzó una calidad en los productos terminados, como resultado se obtuvo una mayor diferenciación en el precio. En resumen, la promoción de la cadena incide directamente al incremento de la producción, también en la productividad según los requerimientos del consumidor final, es por ello que este cultivo es uno de lo más rentable y de los principales generadores de divisas para Ecuador del grupo de los productos no tradicionales de exportación.

Se ha registrado en el Ecuador una evolución progresiva con tendencia alcista que le ha permitido posicionarse como el primer exportador de palmito a nivel mundial ocupando el 58% de las exportaciones del producto. Sin duda, la firma del Acuerdo Comercial Multipartes ha contribuido de manera importante en este crecimiento, mejorando así la zona de cultivo, que llama la atención de nuevas empresas que buscan mercados internacionales, aprovechando así los beneficios que esta firma genera. Por esta razón en esta investigación después de realizar un análisis general en torno al tema de investigación, se analizan las exportaciones de tres empresas de las más representativas en el sector palmicultor, que son:

- Protropic
- Expropalm
- Expropalm

4.4.1 PROTOPIC

Protropic es una empresa que se dedica a la agroindustria, enfocado en el sembrío, desarrollo y exportación de palmito. Así pues, por medio de una selección muy cuidadosa se germinan las semillas con una manera de producir sostenible respetando a la naturaleza, en otras palabras, se utilizan un conjunto de procedimientos que no dañen el medio ambiente.

En cuanto a la planta de procesamiento, esta esta alado de las plantaciones de palmito, hay que hacer notar que se busca preservar la calidad y el valor que el producto obtiene cuando este es fresco. En efecto, en esta perspectiva la materia prima no necesita ser transportada grandes distancias desde donde se produce, a las zonas de producción y empacamiento.

A continuación, las siguientes certificaciones internacionales de Protropic son:

- IFS Versión 6 con resultado “Higher rate” (Alto puntaje).
- HACCP
- Certificación Koshers
- BASC (Certificación de seguridad) Award Pyme 2014.

La empresa surge como un emprendimiento familiar en el año 1997, entonces con un edificio físico de una planta en la zona húmeda tropical de la provincia Pichincha, en Ecuador. En aquel momento nace con 12 trabajadores, 1 línea de proceso, una selladore con capacidad de 30 latas por minuto, así se producía un contenedor de 20 pies por semana. Por otra parte, la gran fortaleza de Protropic es la gran calidad del producto que se procesa, como, por ejemplo, la mayor parte de la materia prima que recibe son de fincas de asociados lo que permite que tengan un control de la materia prima, así pues, obtuvieron las certificaciones internacionales que permiten que Protropic compita con el mercado mundial. Recapitulando la selección de tierra y de semilla, por otra parte, el

procesamiento del producto y el cumplimiento de factores de calidad y cantidad van a satisfacer las necesidades de los clientes. Ahora bien, de los elementos del proyecto, el talento humano es la que más se cuida; de allí que para cumplir con este factor productivo la empresa trata de respetar con todas las leyes y normas laborales que garanticen su bienestar.

Se cuenta con políticas de inclusión de género, en efecto los trabajadores con alguna capacidad especial no serán expuestos a formas de maltrato o discriminación. A título ilustrativo Protropic cuenta con servicios con los que se busca cumplir con la responsabilidad social, que son:

- La caja de ahorro y crédito.
- La Escuela para hijos de trabajadores y vecinos de la zona.
- Servicio de asistencia médica.

La empresa busca desarrollar socialmente y económico a la comunidad con fuentes de empleo para 100 personas de manera directa y de forma indirecta para 250. En la zona donde se ubica, cabe recalcar que la empresa es la principal fuente de empleo para la mujer, cambiando así la realidad de este grupo minoritario, pero no menos distinguido. En otras palabras, no solo Protropic busca el desarrollo económico sino también busca no dañar el medio ambiente y poder conservar la integridad de sus trabajadores. Con el propósito de manejar responsable las aguas residuales, por medio de un jardín de vetiver para purificarla antes de su ingreso a aguas subterráneas. De tal forma se genera vapor, entonces se usan desechos orgánicos de panta extractora de palma que se encuentra junto a la planta. Después, con la cáscara de los tallos de palmito se prepara abono orgánico, el que en la posterioridad regresa a las fincas para servirle al suelo y así mantener la calidad de nuestro producto. Con relación la otra parte de los desechos orgánicos son donadas a los habitantes de las comunidades más cercanas a la planta, que sirva como medio de desarrollo de programas agrícolas. Cabe decir que, en la actualidad Protropic exporta a más de 10 países un palmito que tiene a la calidad como carta de presentación.

En resumen, Protropic cuenta con:

- 4 certificaciones internacionales.
- 27672 envases de vidrios por contenedor
- 43152 latas por contenedor

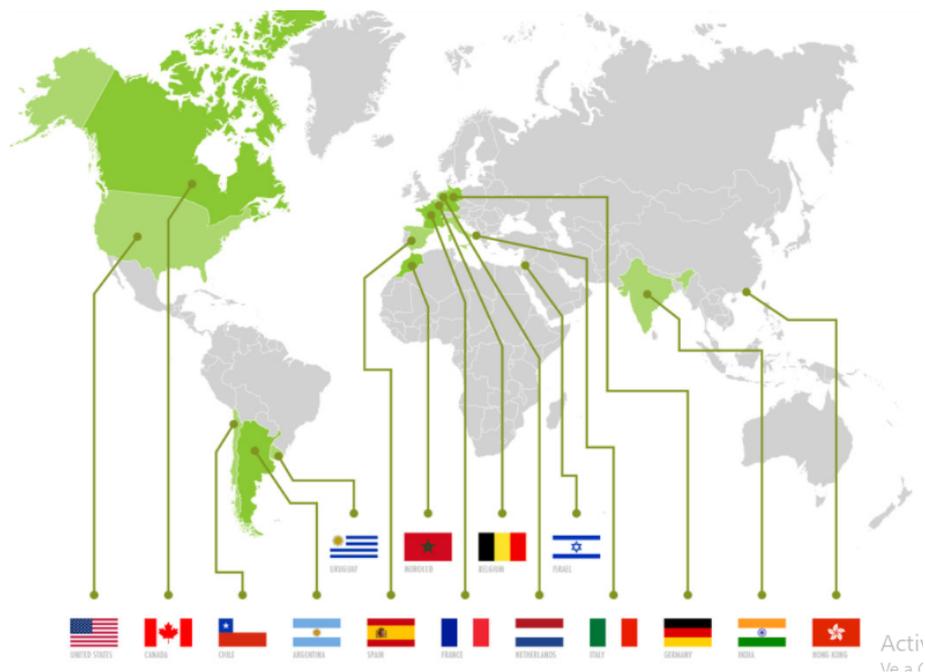


Figura 33 Clientes de Protopic en el mundo
Fuente: Protopic

4.4.2 EXPROPALM

Expropalm con la finalidad de producir un palmito de calidad para exportar rige sus operaciones bajo estrictos estándares de calidad. Al mismo tiempo, reconoce la importancia de distribuir productos seguros para el consumo de las personas por lo cual se implementan técnicas de mejora continua que obligan a los colaboradores de la empresa a comprometerse con la inocuidad del producto.

En resumen, Expropalm busca que sus colaboradores tengan un servicio al cliente apropiado que reduzca los niveles de insatisfacción de los clientes. Como, por ejemplo, ellos clientes de esta exportadora de Palmito resaltan la óptima calidad de todos los procesos que intervienen en la cadena productiva de la empresa. En pocas palabras, el manejo responsable y eficiente que engloba al palmito, mejora la rentabilización de la compañía.

Dado que la empresa Expropalm SA, es encargada del cultivo y comercialización del palmito, por esto es necesario que la empresa aproveche los beneficios que brinda el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) en vista a los beneficios directos que este

proporciona a las exportaciones afectando de forma positiva al incremento de la producción.

4.4.3 INAEXPO

Inaexpo nace en 1992 en Ecuador como una Industria Agrícola Exportadora de Palmito. Los fundadores de la empresa empiezan a producir palmito con el propósito de variar su oferta de productos. Fue en el año 1994 cuando se envía el primer contenedor, contribuyendo así en convertir a Ecuador como el primer país productor y exportador de palmito en el Ecuador. Inaexpo actualmente llega a 27 países con palmito en forma de conserva

Los principales productos de exportación de Industria Agrícola Exportadora, INAEXPO, C.A., son el palmito cultivado y la alcachofa, delicados manjares que complacen el paladar de los consumidores de los mercados más exigentes del mundo.

Nuestro proceso comienza en los campos, en fincas propias y en un trabajo conjunto con productores integrados, a quienes se entregan insumos de calidad, soporte técnico, capacitación y se les transfiere nuestra tecnología. Con estos pequeños y medianos emprendedores se negocia contratos que aseguran la compra directa de la producción, creando un mercado estable que evita la especulación y la intermediación.

4.5 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES REPRESENTADAS GRAFICAMENTE DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS.

EXPROPALM

Tabla 8
Evolución de las exportaciones Expropalm

AÑO	EXPORTACIÓN TM
2014	5000
2015	4000
2016	5500
2017	8000
2018	9000
2019	10500
2020	9500

Fuente: Página web Expropalm
Elaborado por: Vargas y Veliz. (2022)

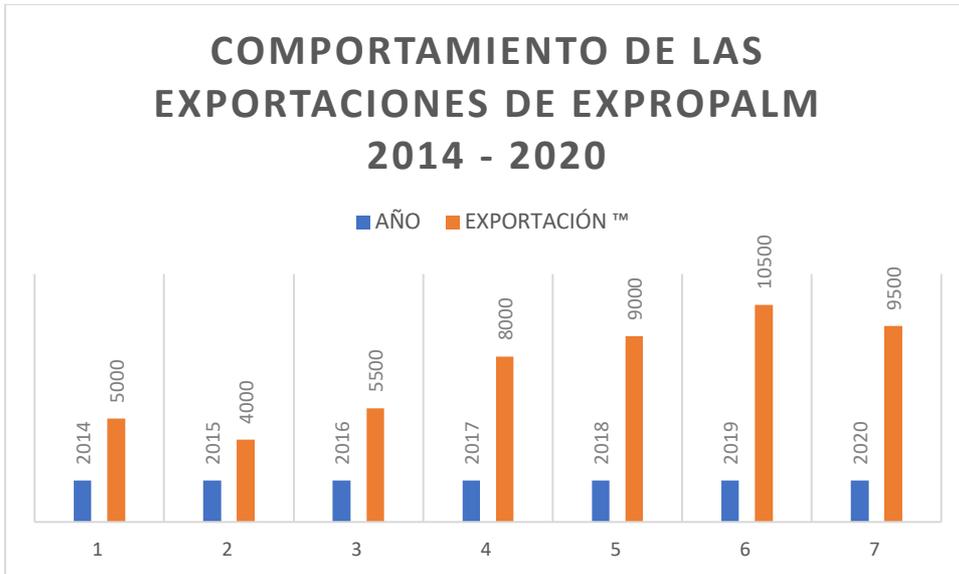


Figura 34 Comportamiento de las Exportaciones de Expropalm 2014-2020

Fuente: Página Web Expropalm
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

PROTROPIC

Tabla 9

Evolución de las exportaciones Protropic

AÑO	EXPORTACION TM
2014	3000
2015	3500
2016	5000
2017	6500
2018	8000
2019	9500
2020	8000

Fuente: Página web Expropalm
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE PROTROPIC 2014 - 2020

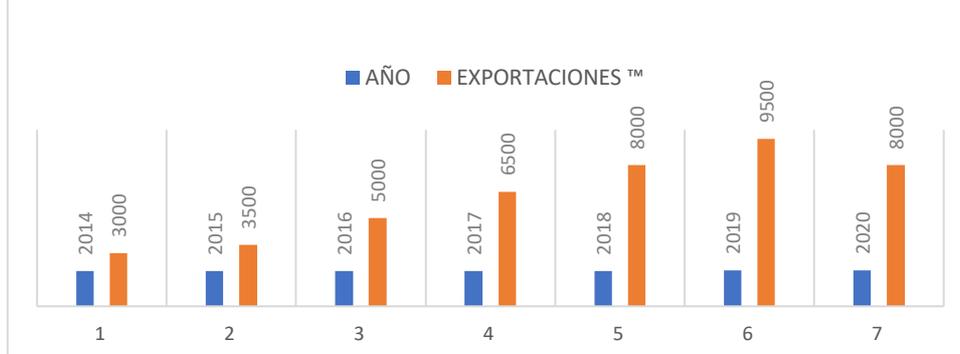


Figura 35 Comportamiento de las Exportaciones de Protropic 2014-2020

Fuente: Página web Protropic
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

INAEXPO

*Tabla 10
Evolución de exportaciones de Inaexpo*

AÑO	EXPORTACIONES TM
2014	8.000
2015	7.500
2016	9.000
2017	12.000
2018	20.500
2019	21.500
2020	19.000

Fuente: Página web Expropalm
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)



Figura 36 Comportamiento de las Exportaciones de Inaexpo 2014-2020

Fuente: Página web Inaexpo
Elaborado por: Vargas y Veliz (2022)

4.6 ANALISIS DE LOS RESULTADOS: INCIDENCIA DE ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES EN LAS EXPORTACIONES DEL PALMITO ECUATORIANO.

Hace más de tres años entró en vigor el Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Ecuador. El Acuerdo no solo marcó un antes y un después en las relaciones bilaterales, sino que se convirtió en un instrumento que ha permitido mejorar las oportunidades comerciales y eliminar un buen número de barreras. El Acuerdo se ha convertido en un potente motor de crecimiento económico sostenible y de creación de empleo. De ahí, que las partes estén comprometidas a continuar con la implementación de las disposiciones del Acuerdo y lograr así su consolidación. (Europea, 2020)

Con la información recopilada a través de fuentes fidedignas se ha podido demostrar la evolución y comportamiento que han tenido las exportaciones no petroleras a partir de la Firma del Acuerdo Multipartes. Si bien es cierto el PALMITO es nuestro objeto de estudio, este está considerado dentro de los productos NO PETROLEROS no tradicionales.

Son varios los instrumentos que intervienen en el accionar de la política comercial de los países, entre ellos tenemos los aranceles, siendo estos los derechos que tiene la aduana

para gravar las mercancías que pueden ser importadas o exportadas constituyéndose en un medio de ingresos económicos para los gobiernos. Los resultados de la aplicación no siempre han sido beneficiosos convirtiéndose en mucho de los casos en verdaderos obstáculos para la comercialización internacional y por ende en la aperturas de nuevos mercados; de ahí que con el paso del tiempo en materia de negociaciones internacionales se ha buscado la integración comercial para derribar barreras políticas, sociales, culturales y económicas.

De lo antes expuesto nace la necesidad de llegar a acuerdos comerciales que beneficien las partes que intervienen en dicha negociación, esta postura se convirtió en una tendencia del siglo pasado, con una mirada hacia la globalización, la competitividad y la apertura a nuevos mercados.

Desde enero de 2017 que entró en vigencia el acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea hasta el año 2020, nuestro país ha experimentado una balanza comercial positiva que supera los USD 1.000 millones, ratificando que la agenda comercial que lleva adelante el Gobierno Nacional, es uno de los ejes de gestión prioritarios para el desarrollo socioeconómico del país. Hasta el 2016, Ecuador contaba con el programa de preferencias arancelarias, ante la inminente pérdida de este mecanismo en ese año, el sector exportador enfrentaba una pérdida de competitividad de USD 470 millones. Con el Acuerdo Comercial, Ecuador solucionó esta posible pérdida y además incrementó sus exportaciones en USD 330 millones, es decir, en el primer año de la implementación del instrumento el sector exportador ganó USD 800 millones en competitividad. (Ministerio de Producción, 2019)

En este contexto Ecuador participa en la firma de un Acuerdo comercial con la Unión, Evidenciándose que el flujo comercial no petrolero apunta de manera significativo hacia el mercado europeo, razón por la cual el análisis del comportamiento y evolución de las exportaciones a partir de la firma, toma gran relevancia cuyos resultados incidir para fomentar y promover la producción nacional, aprovechando la eliminación de aranceles, aumentado la producción e incursionando en otros mercados.

El comercio bilateral entre la UE y Ecuador experimentó un crecimiento importante (+20%: EUR 5.232 millones) en el primer año de vigencia del Acuerdo debido en gran parte a la eliminación de las salvaguardias y al desmantelamiento arancelario. En 2018 y 2019, el crecimiento comercial bilateral se matizó (+3% y 1% respectivamente). A pesar

de que el crecimiento del comercio se ralentiza, el Ecuador ha venido manteniendo un superávit comercial con la UE-28 por valor de EUR 804 millones, EUR 687 millones y EUR 601 millones respectivamente en los últimos tres años. (Europea, 2020)

4.7 DEMANDA DEL PALMITO EN EL MERCADO INTERNACIONAL (SUBPARTIDA 20.08.91.00.00)

Se estima que en el Ecuador existe una superficie total de 15 358 has dedicadas al palmito, con un total aproximado de 842 unidades productivas que producen 143 000 toneladas métricas del producto. En promedio, eso corresponde a 18,2 has por unidad. Durante los últimos seis años, la superficie cultivada de palmito se ha incrementado de 90,11%. Ecuador es un importante exportador de palmito a nivel mundial. Los principales mercados de palmito son Francia, Estados Unidos, Canadá, Chile, Argentina, entre otros. (UASB, 2019)

Tomando en consideración los datos y gráficos expuestos por el Banco Central del Ecuador sobre la demanda del palmito a nivel mundial se puede corroborar que Ecuador se encuentra como el principal exportador a nivel mundial. En las últimas dos décadas el cultivo, producción y comercialización del palmito ha demostrado tener un acelerado desarrollo como resultado de la demanda exterior generando un alza considerable en su tasa de crecimiento llegando casi al 3% anual

Entre los mayores exportadores del palmito ecuatoriano tenemos: Francia, Chile, Estados Unidos de Norte América, Israel y Argentina Con el pasar el tiempo estos mercados se han ido afianzando y convirtiéndose en socios potenciales de este producto, esto se debe a varios factores como son: el libre ingreso a los mercados internacionales, la calidad y bondades del producto. En el caso del continente europeo Francia es nuestro comprador potencial, país que al paso de los años ha ido incrementando la demanda, considerando al palmito como un producto digno de mantenerse en la dieta de sus habitantes ya que representa un alimento saludable en la mesa de los que lo consumen.

4.7 CONCLUSIONES

- ✓ Por medio de la recopilación de datos obtenidas por diferentes páginas web: SENAE, Banco Central, ProEcuador, Trade map sobre las exportaciones del palmito durante el período 2015-2020 se puede evidenciar la demanda que ha tenido este producto a partir de la firma del Acuerdo Comercial Multipartes una vez que esta firma en vigencia en enero del 2007.
- ✓ El grupo de expertos entrevistados coinciden que la firma del acuerdo comercial multipartes ha sido beneficioso para el Ecuador no solo en la producción agrícola, sino que también en otros sectores del mercado exportable.
- ✓ El Ecuador mantuvo una serie de reuniones y rondas antes de llegar a firmar el Acuerdo, el mismo que le ha permitido a nuestro país comercializar de manera bilateral de forma fructífera productos no solo tradicionales, sino también los no tradicionales, favoreciendo así al sector exportador e inclusive el beneficio también ha llegado para los productos importados desde el continente europeo.
- ✓ La firma del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea conlleva el fortalecimiento de sus negociaciones comerciales y financieras al mismo tiempo que contempla un reto para los productores ecuatorianos quienes tienen que aprovechar las oportunidades generadas por este Acuerdo para incursionar en mercados potenciales y convertirlos en socios comerciales que demandan los productos que el país exporta, elevando los estándares de calidad que exige el comercio internacional para satisfacer las exigencias del mercado internacional.
- ✓ El acuerdo Comercial Multipartes dinamiza el intercambio comercial entre las dos partes asumiendo compromisos de la reducción y eliminación de aranceles, lo que fomenta: la inversión extranjera, creación de nuevas empresas, generación de plazas de trabajo, de allí la importancia de este trabajo enfocado al sector palmicultor ya que el Acuerdo Multipartes contempla la desgravación arancelaria del 99,7% de la producción del sector agrícola que se comercializa con Europa
- ✓ Ecuador es el principal exportador de palmito a nivel mundial y aunque tiene potenciales competidores, la calidad del palmito ecuatoriano y la liberación de aranceles le han permitido incrementar sus exportaciones cumpliendo a

cabalidad con las exigencias tecnológicas y certificaciones de calidad que a demanda exige de este producto.

✓ El Acuerdo Comercial Multipartes genera igualdad de condiciones de competencia entre los países en vías de desarrollo que forman parte de la región y que están dentro de un acuerdo comercial internacional.

✓ Se concluye en esta investigación que los Acuerdos comerciales representan una gran oportunidad para incrementar la producción, al mismo tiempo que promueve la oferta exportable abriéndose paso a nuevos mercados potenciales.

✓ El Ecuador posee una gran ventaja respecto a sus competidores por su clima y calidad de suelo que dan como resultado un palmito de excelente calidad muy demandado por el continente europeo específicamente en Francia.

4.8 RECOMENDACIONES

El gobierno ecuatoriano debe:

- ✓ Promover proyectos que impulsen la productividad del Ecuador, ya sea por medio de ferias comerciales, capacitaciones, foros, donde se expongan temas inmersos en el comercio internacional como normas y certificaciones de calidad, trámites aduaneros, procesos de exportación, características de mercados según su ubicación geográfica, entre otros temas más.
- ✓ Incentivar al productor ecuatoriano a través de campañas publicitarias sobre la producción nacional, utilizando plataformas digitales que crucen fronteras para promocionar y comercializar el bien, producto o servicio que se quiere vender

Se recomienda a las empresas productoras de palmito:

- ✓ Analizar nuevos mercados internacionales, para diversificar su producción de acuerdo con el nivel de competitividad de países que también exportan el producto.
- ✓ Participar en programas de certificación internacional que les permitan mejorar su competitividad, aumentar su productividad e incrementar su demanda.
- ✓ Capacitar a su personal en temas de calidad, producción, uso de fertilizantes químicos, normativas y estándares de calidad y todo lo referente a la cadena productiva, de tal forma que se obtenga como resultado un producto de primera calidad.
- ✓ El Ecuador debe continuar buscando acuerdos bilaterales orientados a las pequeñas y medianas empresas que les permitan ampliar su producción y a su vez comercializar su producto en el exterior, con la finalidad de obtener nuevos socios potenciales.

- ✓ El Ecuador debe usar recursos tecnológicos para la reducción de trámites burocráticos que obstaculizan y retardan los procesos aduaneros.

- ✓ El Ecuador frente a una alta demanda de productos, debe tener mecanismos presentes para satisfacer las exigencias de el palmito por medio del incentivo a la pequeña y mediana empresa para que sean parte de la dinámica que se da en el sector exportable.

- ✓ El Ecuador deberá aplicar estrategias y políticas comerciales que le permitan incursionar en otros países del continente europeo.

5.BIBLIOGRAFÍA:

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica* (7a ed.). Caracas: El Pasillo 2011, C.A.
- Hurtado, J. (2010). *El proyecto de investigación: comprensión holística de la metodología y la investigación* (6a ed.). Caracas: Quirón.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: Patria.
- Ñaupas, H. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Lima: Ediciones de la U.
- Fuentelsaz, C. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesis*. Barcelona: Gráficas Rey.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Buenos Aires: GEDISA.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Buenos Aires: Brujas .
- Tójar, J. (2006). *Investigación Cualitativa* . Madrid: La muralla.
- Salman, T. (2003). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación*. La Paz: FUNDACIÓN PIEB.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercado* . México DF: Pearson Educacion.
- Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Madrid: Uned.
- Lucio, E. (2011). *Investigación y práctica en la educación de personas adultas*. Valencia: Nau Llibres.
- Central, B. (12 de Agosto de 2015). *Banco Central*. Obtenido de Banco Central: <https://www.bce.fin.ec/>
- CORPEI. (20 de Septiembre de 2015). *CORPEI*. Obtenido de CORPEI: <https://corpei.org/>
- Ecuador, B. C. (12 de Agosto de 2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>
- TradeMap. (19 de Junio de 2018). *TradeMap*. Obtenido de TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- ProEcuador. (2017). *Pro Ecuador*. Obtenido de Pro Ecuador: <https://www.presidencia.gob.ec/las-exportaciones-no-petroleras-del-pais-presentan-un-importante-crecimiento/>
- COMEX. (2012). *Resolución N 70* . Ciudad de Mexico.

- TradeMap. (1 de Mayo de 2019). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- PROECUADOR. (12 de Junio de 2019). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/>
- León, I. (2007). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambios*. Caracas: CEC.
- Amin, S. (2018). *Imperialismo y comercio internacional. El intercambio desigual*. México DF: siglo veintiuno editores.
- Gómez, A. (2019). *Competitividad de las exportaciones colombianas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Calva, J. L. (2020). *México en el mundo: inserción eficiente*. México DF: maporra.
- Ricardo, D. (1985). *Principios de economía política y tributación*. Londres: Orbis.
- Bajo, O. (2017). *Teorías del Comercio Internacional*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Steinberg, F. (2018). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Madrid: eumed.
- Mora, L. (2016). *Gestión Logística Integral*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Torres, R. (2019). *Teoría del comercio internacional*. Buenos Aires: Siglo xxi.
- Torres, R. (2019). *Teoría del comercio Internacional*. Buenos Aires: siglo xxi.
- Baena, J. (2016). *Las restricciones y los aranceles a las exportaciones de mercancías en el Derecho de la OMC ¿barreras tradicionales o neoproteccionismo?* Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Estevadeordal, A. (2001). *Las Americas sin Barreras*. Washington DC: BID.
- Darwin Rosales, L. D. (9 de Mayo de 2019). *Los primeros 18 meses del Acuerdo Multipartes Ecuador – Unión Europea*. Obtenido de Los primeros 18 meses del Acuerdo Multipartes Ecuador – Unión Europea: <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/312/307#:~:text=La%20firma%20del%20Acuerdo%20Multipartes,exportaciones%20no%20petroleras%20del%20Ecuador>
- Documento de Programación Cojunta*. (Marzo de 2021). Obtenido de Documento de Programación Cojunta: file:///C:/Users/User/Downloads/Documento%20de%20programacion%20conjunta%20Ecuador%20-%202021-27_Con%20marco.pdf
- Aguirre, C. (2013). *Acuerdos comerciales y aspectos relacionados con el comercio exterior*. Rosario: Universidad de Rosario.
- Villagomez, M. (2020). *Acuerdo Comercial Multipartes Ecuador - Unión Europea*. Obtenido de Acuerdo Comercial Multipartes Ecuador - Unión Europea : <https://afese.com/img/revistas/revista56/acuecuue.pdf>
- Borgtoft, H. (1993). *Palmas Útiles*. Quito: ABYA-Yala.

- Paulo, F. (2006). *Producción y calidad del palmito al natural, enfunción de la población, del arreglo de plantas y del tipo de fertilización*. Sao Paulo: Biblioteca Digital de Teses.
- Jácome, H. (2012). *El retorno de las carabelas: acuerdo comercial multipartes entre Ecuador y la Unión Europea*. Quito: Flacso.
- Silvera, R. (2018). *Macrologística Internacional*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Cabal, M. (1995). *Proyecto de Competitividad del Sector Agropecuario colombiano*. Bogotá: IICA.
- Rozenberg, A. (2000). *La Balanza de pagos*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Bichou, K. (2013). *Maritime Transport Security*. Massachusetts: Edward Elgar.
- Mise, J. (1 de Enero de 2021). *SETEC*. Obtenido de SETEC: <https://www.acavir.com/comercio-exterior/mercancia/>
- Anaya, J. (2015). *El transporte de mercancías*. Madrid: ESIC.
- Riego, M. d. (13 de 11 de 2015). *Preguntas Frecuentes Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego*. Obtenido de Preguntas Frecuentes Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego: <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Mise, J. (2021). *Códigos TNAN Subpartidas Arancelarias*. Quito.
- Exteriores, M. d. (14 de Enero de 2022). *Representación de España ante la Unión Europea*. Obtenido de Representación de España ante la Unión Europea: [http://www.exteriores.gob.es/representacionespermanentes/espanaue/es/quees2/paginas/default.aspx#:~:text=La%20Uni%C3%B3n%20Europea%20\(UE\)%20es,mundo%2C%20formada%20por%2028%20pa%C3%ADses.&text=La%20UE%20cuenta%20con%20una,celebra%20cada%209%20de%20mayo](http://www.exteriores.gob.es/representacionespermanentes/espanaue/es/quees2/paginas/default.aspx#:~:text=La%20Uni%C3%B3n%20Europea%20(UE)%20es,mundo%2C%20formada%20por%2028%20pa%C3%ADses.&text=La%20UE%20cuenta%20con%20una,celebra%20cada%209%20de%20mayo)
- Espósito, C. (1999). *La Organización Mundial del Comercio y los Particulares*. Madrid: Publicaciones Digitales.
- Izurieta, A. (7 de Julio de 2021). *Gallegos Valarezo & Neira*. Obtenido de Gallegos Valarezo & Neira: <https://gvn.com.ec/2021/07/07/acuerdos-internacionales-para-el-intercambio-de-informacion-tributaria/>
- Ecuador, C. C. (2008). *Corte Constitucional del Ecuador*. Obtenido de Corte Constitucional del Ecuador: <https://www.corteconstitucional.gob.ec/>
- SENAE, A. D. (2011). *GOB.EC*. Obtenido de GOB.EC: <https://www.gob.ec/senae#:~:text=Es%20un%20servicio%20que%20se,exportaciones%2C%20recaudaciones%2C%20entre%20otros>
- Ponce, J. (2005). *Comercio exterior: alternativas para Ecuador*. Quito: Ágora.
- León, J. A. (2019). *Modelo de competitividad global de la industria de piel de cocodrilo Moreletii*. Culiacán: eumed.
- Torres, R. (2018). *Teoría del Comercio Internacional*. Buenos Aires: Siglo xxi editores.

- Cevallos, J. (1 de Mayo de 2019). *Repositorio Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de Repositorio Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17905/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20Jorge%20Cevallos%20Junio%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=A%20partir%20del%20a%C3%B1o%202005,de%20las%20conservas%20de%20palmito.>
- Geurts, C. (11 de Diciembre de 2020). *Cámara de comercio de Quito*. Obtenido de Cámara de comercio de Quito: <https://ccq.ec/la-union-europea-sigue-siendo-el-mercado-mas-importante-de-ecuador-para-sus-productos-no-petroleros/>
- UASB. (2019). *Acceso a mercados internacionales a través de programas de certificación internacional*. Obtenido de Acceso a mercados internacionales a través de programas de certificación internacional: <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/PALMITO-1.pdf>
- Encalada, F. (Mayo de 2017). *EL ACUERDO MULTIPARTES ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y ECUADOR*. Obtenido de EL ACUERDO MULTIPARTES ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y ECUADOR: <file:///C:/Users/User/Downloads/T-UIDE-1482.pdf>
- Facuy, V. B. (2020). *Acuerdo multipartes Ecuador-Unión Europea y su incidencia en las exportaciones de aceite de palma al mercado de Holanda*. Obtenido de Acuerdo multipartes Ecuador-Unión Europea y su incidencia en las exportaciones de aceite de palma al mercado de Holanda: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4153>
- Hidalgo, S. I. (Septiembre de 2019). *Acuerdo multipartes entre la Unión Europea y Ecuador: análisis del impacto en la asociación de comercialización y exportación de banano Acorbanec de la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil, en los años 2017 - 2018*. Obtenido de Acuerdo multipartes entre la Unión Europea y Ecuador: análisis del impacto en la asociación de comercialización y exportación de banano Acorbanec de la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil, en los años 2017 - 2018: <https://dspace.pucesi.edu.ec/handle/11010/518>
- CEPAL. (2016). *Informe de Coyuntura comercial de Ecuador*. Obtenido de Informe de Coyuntura comercial de Ecuador: https://www.cepal.org/sites/default/files/ecuador_informe_de_coyuntura_comercial_n1.pdf
- Díaz, N. (16 de Noviembre de 2014). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior: <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/francia-como-principal-mercados-de-exportaci-n-del-palmito-1#>
- ExpoEuropa. (2021). *ExpoEuropa*. Obtenido de ExpoEuropa: <https://expoeuropa.org/estabilidad-y-seguridad-pilares-de-la-relacion-comercial-entre-ecuador-y-francia/>
- Muñoz, D. (2021). *ANÁLISIS DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PALMITO*. Obtenido de ANÁLISIS DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PALMITO: https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11200/1/16737_esp.pdf
- Europea, U. (2020). *Delegación de la Unión Europea en Ecuador*. Obtenido de Delegación de la Unión Europea en Ecuador:

https://eeas.europa.eu/delegations/ecuador_es/1146/Ecuador%20y%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea

Ministerio de Producción, C. E. (2019). *Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca*. Obtenido de Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca: <https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-de-ecuador-con-union-europea-arroja-resultados-positivos/#:~:text=Con%20el%20Acuerdo%20Comercial%2C%20Ecuador,USD%20800%20millones%20en%20competitividad>.

(s.f.).

6. ANEXOS

PREGUNTAS ENTREVISTA

¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?

¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?

¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales?

¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?

¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?

¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?

Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional

ANEXO 1

ENTREVISTA

Msc. Pamela Lacera

Agente de operaciones

Empresa UPS

- **¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?**

Un Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea beneficiará sin duda alguna al Ecuador que es un país en vías de desarrollo. Al ser Europa un país con una mejor moneda se ve beneficiado con una divisa más fuerte que le permitirá tener un mayor poder adquisitivo.

- **¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?**

La falta de actividades que den a conocer al palmito en el mercado al que se exporta, si bien es cierto el palmito tiene una gran demanda en Europa, se puede alcanzar una mayor ventaja sobre los otros países como Brasil o Costa Rica.

- **¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?**

Es el 2008 el palmito tuvo un aumento considerable en los niveles de producción, pero no fue constante. A partir de la vigencia del Acuerdo Comercial Multipartes el comportamiento de las exportaciones de Palmito aumentaron y se han mantenido constantes, aún con la pandemia las exportaciones se mantuvieron en un número de toneladas métricas bastante aceptables.

- **¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales? sí, no explique su respuesta**

Sí, es la conserva más exportada, y al ser estas del grupo de exportaciones no tradicionales se llega a la conclusión que significa un producto que trae múltiples beneficios a Ecuador por su auge en el volumen de producto exportado.

- **¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?**

Se beneficia principalmente en el aumento de la entrada de divisas desde los diversos destinos a los que se exporta el palmito.

- **¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?**

Es muy sobresaliente, al posicionarse Ecuador como el primer país exportador de palmito en el mundo ocupando un 58% del volumen de las exportaciones a nivel mundial.

- **Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional**

Por medio de la capacitación extranjera en las fincas en donde se siembra el palmito, lo que permitirá que la calidad del producto aumente y sea más demandado en los mercados internacionales.

ANEXO 2

ENTREVISTA

Msc. Cecilia Ramírez

Supervisora en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

SENAE

- **¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?**

Sin duda alguna, la eliminación de las tasas arancelarias son un beneficio directo en el aumento de los niveles de exportaciones desde Ecuador a la Unión Europea debido a la eliminación de las tasas arancelarias que le permite a las empresas del sector palmicultor invertir más en el aumento de la producción.

- **¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?**

Los trámites burocráticos que las instituciones de comercio exterior obligan a cumplir a los exportadores del sector palmicultor. En consecuencia, los productores tienen cierta resistencia de comenzar a exportar por dichas diligencias.

- **¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?**

El 2017 fue el año en el que entró en vigencia el Acuerdo Comercial Multipartes, en enero para ser precisos. Sin embargo, no fue sino a partir del año 2018 en el que el Palmito debido al aumento en el comportamiento de las exportaciones se posiciona como la conserva principal del grupo de los no tradicionales más exportada.

- **¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales? si, no explique su respuesta**

Sí, debido a la gran calidad con la que se cosecha y las condiciones climáticas en las que este se desarrolla en el Ecuador. Todos estos factores han hecho al palmito de los principales productos del grupo de las exportaciones no tradicionales.

- **¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?**

Este acuerdo **comercial** ha liberalizado a más del 99% de las partidas arancelarias y en este último año ha sido fundamental para apalancar la economía dolarizada que mantiene el Ecuador, debido a que las exportaciones se han incrementado, aunque las importaciones hayan disminuido.

- **¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?**

Muy bueno, siendo el primer país del mundo en la exportación de conservas de palmito, superando a países como Brasil o Chile.

- **Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional**

Por medio de la socialización de los beneficios que brinda el Acuerdo Comercial Multipartes, esto va a incentivar al sector palmicultor a gozar de los beneficios arancelarios.

ANEXO 3

ENTREVISTA

Msc. Marcelo Proaño

Docente en la materia de negocios internacionales.

- **¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?**

El volumen de las exportaciones de palmito aumentó de manera considerable a partir del año 2017 en el que entra en vigor el acuerdo comercial multipartes, sin duda alguna ha representado un incentivo que ha sido bien aprovechado por el sector palmicultor, gozando así de 0% de tasas arancelarias.

- **¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?**

La falta de familiarización del Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea a productores del sector palmicultor por parte de las instituciones de comercio exterior públicas y privadas.

- **¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?**

En el año 2018 el palmito tuvo un auge muy considerado que ayudó a que Ecuador se posicionase como el primer exportador de palmito en el mundo ocupando el 58% de las exportaciones a nivel mundial superando así a países como Brasil o Costa Rica.

- **¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales? sí, no explique su respuesta**

Sí, al ser un producto muy apetecido no solo por el mercado europeo sino también por el estadounidense y chino.

- **¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?**

El que Ecuador haga un gran papel en las exportaciones en el sector del palmicultor beneficia a la imagen que el extranjero tiene sobre los productos ecuatorianos. El palmito exportado como conserva desde Ecuador beneficia a productos semejantes de consumo alimenticio para que sean recibidos con interés de consumirlo.

- **¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?**

Excelente, el sector palmicultor se ha diferenciado de sus competidores internacionales creando una ventaja absoluta que le ha permitido posicionar a Ecuador como el principal exportador de palmito en el mundo.

- **Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional**

Por medio de créditos que permitan al sector palmicultor financiar el transporte en el que el palmito es exportado hacia los mercados internacionales.

ANEXO 4

ENTREVISTA

Msc. Jessica Ramírez

Coordinadora de Comercio Exterior

Empresa: Surpapel S.A

- **¿Cómo beneficia el Acuerdo Comercial Multipartes a los niveles de exportación de Palmito hacia la UE?**

En primer lugar, el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) beneficia de manera directa al volumen de las exportaciones, lo cual ha incentivado a nuevas empresas a invertir en este mercado, naciendo nuevas plazas de trabajo a medida que la demanda internacional aumenta.

- **¿Cuáles han sido los mayores obstáculos en la exportación de productos de Ecuador hacia la Unión Europea?**

Las barreras arancelarias sin duda. Antes de la firma del Acuerdo Comercial Multipartes este obstáculo impedía que el sector palmicultor tenga la demanda que tiene hoy en día, aún cuando el palmito posee un lugar principal en el grupo de producto no tradicionales que se exportan.

- **¿A partir desde que año considera usted que mejoró el consumo de Palmito hacia el exterior?**

2018, a partir de la vigencia de la firma del acuerdo MULTIPARTES

- **¿Considera usted que el palmito es de los productos más rentables del grupo de las exportaciones no tradicionales? si, no explique su respuesta**

Sí, El posicionamiento y consolidación del palmito ecuatoriano en los mercados internacionales lo han llevado a ser el principal exportador en todo el mundo, significando una importante fuente de empleo y del uso de unidades productivas en la agricultura del país, constituyendo parte importante del aporte del Producto Interno Bruto.

- **¿Cómo cree que se beneficia el país por el aumento de las exportaciones de palmito hacia la Unión Europea?**

Los resultados del Acuerdo Comercial de la Unión Europea-Ecuador han sido notables durante los primeros años de implementación, con un comercio bilateral que aumentó en un 3,8%. El Acuerdo ha ayudado a Ecuador a mejorar su participación en el mercado europeo.

- **¿Cómo considera el desempeño del sector palmicultor ecuatoriano ante la competencia?**

El posicionamiento y consolidación del palmito ecuatoriano en los mercados internacionales lo han llevado a ser el principal exportador en todo el mundo, significando una importante fuente de empleo y del uso de unidades productivas en la agricultura del país, constituyendo parte importante del aporte del Producto Interno Bruto.

- **Según su criterio de qué manera el Ecuador podría motivar al sector palmicultor para que las microempresas ingresen al mercado internacional**
 1. Generar campañas publicitarias sobre las bondades de este producto
 2. El Ministerio de Comercio Exterior gestiones actividades ferias para captar clientes potenciales del producto