



**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 DE MANGO ECUATORIANO CON
DESTINO AL MERCADO DE ALEMANIA. PERIODO
MARZO 2020 – MARZO 2021**

TUTOR:

MGSTR. ENRIQUE MARTÍNEZ GARCÍA

AUTORES:

ARIEL ENRIQUE MORA NORISTZ

BRUNO ENRIQUE MORA NORISTZ

GUAYAQUIL – ECUADOR

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Exportaciones de mango ecuatoriano con destino al mercado de Alemania. Periodo marzo 2020 – marzo 2021.

AUTOR/ES:

Ariel Enrique Mora Noristz
Bruno Enrique Mora Noristz

REVISORES O TUTORES:

Mgstr. Enrique Martínez García

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:

79 Págs

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración

PALABRAS CLAVE: Mercado Alemania, Mango, Exportación, Acuerdo Multipartes

RESUMEN:

Este proyecto de investigación tiene como objetivo general el Analizar el comportamiento de las exportaciones del mango, dentro del periodo citado marzo 2020 – marzo 2021, como una orientación de comprender su desenvolvimiento como exportador antes y después de firmado el acuerdo debido a la reducción de aranceles para este mercado europeo durante dicho periodo. La metodología aplicada fue de tipo descriptiva, exploratorio, estadístico, de método deductivo-inductivo y enfoque cuantitativo y cualitativo, aplicando como técnicas de investigación a la entrevista y datos históricos de exportación de mango de Ecuador a Alemania desde el el 2016, hasta marzo 2021 con el Acuerdo Multipartes. La muestra fueron dos especialistas de empresas exportadoras de mango hacia Alemania y consultas bibliográficas en el sitio web oficial del Banco Central del Ecuador. Los resultados mostraron que la producción principal es en Guayas y Los Ríos, que el mercado alemán está en crecimiento y Ecuador es más reconocido con su mango y que el consumidor de Alemania prefiere las variedades rojas como la Tommy Atkins, Haden, Kent y Keith y que a diciembre de 2020 las exportaciones de mango a Alemania aumentaron apenas el 0,96% en comparación a abril de ese mismo año. En el 2020 el porcentaje de participación del mango en el PIB fue de 0,085% y para el 2021 decrece en un 0,009 debido a los problemas con la balanza comercial y la pandemia. Se concluye que el acuerdo comercial con la Unión Europea tiene dos lecturas aparentemente distintas, donde la primera es que es beneficiosa para las exportaciones de productos agrícolas en general por la apertura comercial y la segunda es que puede no ser suficiente puesto que los demás países exportadores de productos iguales o sustitutos toman medidas al respecto, perjudicando a las exportaciones ecuatorianas, aunque el mango tiene proyecciones de expansión.

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: Ariel Enrique Mora Noristz Bruno Enrique Mora Noristz	Teléfono: 0968270920 0991597502	E-mail: amoran@ulvr.edu.ec bmoran@ulvr.edu.ec	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decano (a): Dr. Oscar Machado Álvarez Teléfono: 259 6500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Director (a): Mgtsr. Mónica Villamar Mendoza Teléfono: 259 6500 Ext. 264 E-mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec		

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

MOra Martinez mango

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

7%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 5%

Excluir bibliografía

Activo



Fernando Martínez García

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados **ARIEL ENRIQUE MORA NORISTZ Y BRUNO ENRIQUE MORA NORISTZ**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación: **Análisis de las exportaciones del mango ecuatoriano, con destino al mercado de Alemania periodo marzo 2020 – marzo 2021**, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

Autores

Firma:



ARIEL ENRIQUE MORA NORISTZ

C.I. 0944167436

Firma:



BRUNO ENRIQUE MORA NORISTZ

C.I 0944167444

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **“EXPORTACIONES DE MANGO ECUATORIANO CON DESTINO AL MERCADO DE ALEMANIA. PERIODO MARZO 2020 – MARZO 2021”**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“EXPORTACIONES DE MANGO ECUATORIANO CON DESTINO AL MERCADO DE ALEMANIA. PERIODO MARZO 2020 – MARZO 2021”**, presentado por las estudiantes **ARIEL ENRIQUE MORA NORISTZ Y BRUNO ENRIQUE MORA NORISTZ**, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de **LICENCIADOS EN COMERCIO EXTERIOR**, encontrándose apto para su sustentación.



Firma:

MGTR. ENRIQUE MARTÍNEZ GARCÍA

C.C. 0913235727

AGRADECIMIENTO

Primero que nada, Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y llevarme a mis metas que poco a poco voy cumpliendo, aunque tenga muchos obstáculos.

Le doy Gracias a mis padres que son mi motivación y mayor inspiración, ellos me ayudaron a seguir mi camino a través de su amor, paciencia y buenos valores que siempre han estado en mi vida que con su amor y apoyo me ha ayudado a lograr mis metas. Y por supuesto a mis queridas universidades y a todas las autoridades por permitirme terminar una etapa de mi vida y por su paciencia, guía y guía en la realización de este proyecto.

Ariel Enrique Mora Noristz

Doy gracias a Dios Por el trabajo que hemos culminado se lo agradezco principalmente, por ser la fuerza para continuar en este camino de obtener unas de las metas más deseadas.

A nuestros padres que nunca nos dejaron atrás y siempre estuvieron al frente, por su trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en profesionales de la carrera. Ha sido el orgullo más grande de ser sus hijos, gracias universidad laica Vicente Rocafuerte y sus docentes que de un buen corazón nace una oportunidad para estudiantes en su futuro

Bruno Enrique Mora Noristz

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo investigativo principalmente a Dios, quien es el Inspirador y nos da la fuerza para continuar el proceso para lograr uno de nuestros planes mas esperados.

Gracias a nuestros padres por su amor, trabajo y sacrificio a lo largo de los años, y es gracias a ustedes que estamos donde estamos hoy y quienes somos. Es su orgullo y honor ser sus hijos, son los mejores padres. A mis dos hermanos, uno de los cual esta compartiendo este proyecto a mi lado y el otro que nos apoyó en las malas acera de este proyecto porque han estado ahí, a mi lado, y me han dado apoyo espiritual en esta etapa de mi vida.

Ariel Enrique Mora Noristz

Durante todo este proceso de estudios, he dedicado todo mi esfuerzo a mentalizarme en mi futuro y creo fielmente que no hay futuro sin educación.

Quiero agradecer a la noble institución que me acogió y me preparo en esta carrera profesional, gracias ULVR por todo. Gracias a mis queridos maestros que se convirtieron en amigos y me trasmitieron sus conocimientos, a mis compañeros por esos gratos momentos y de manera infinita a mis padres ya que me brindaron todo su amor y respaldo en todo este proceso, a mis hermanos y familia por el cariño y consejos. Gracias a todos por ayudarme y soportarme. Todo lo que logre en esta vida, será gracias a uds.

Bruno Enrique Mora Noristz

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES ...	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1. Tema	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Formulación del problema	3
1.4. Sistematización Del Problema	3
1.5. Objetivos de la Investigación.....	4
1.5.1. Objetivo general.....	4
1.5.2. Objetivos Específicos.....	4
1.6. Justificación de la Investigación	4
1.7. Delimitación y alcance de la Investigación	5
1.8. Idea a Defender	5
1.9. Variables	5
1.10. Operacionalización de las variables.....	6
1.11. Línea de investigación institucional.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	7

2.1.	Marco teórico referencial.....	7
2.1.1.	Mango ecuatoriano.....	7
2.2.	Fundamentación teórica.....	11
2.2.1.	Teoría del comercio internacional.....	11
2.2.2.	Teoría de la ventaja absoluta.....	11
2.2.3.	Teoría de la ventaja comparativa.....	12
2.2.4.	Teoría de la ventaja competitiva de las naciones.....	12
2.2.5.	Teoría del equilibrio y el comercio internacional.....	13
2.2.6.	Teoría de la localización.....	13
2.2.7.	Teoría de las proporciones factoriales – Heckscher Ohlin.....	14
2.2.8.	Teorías Del Intercambio Desigual.....	15
2.2.9.	Teoría De La Ventaja Monopolística.....	15
2.3.	Antecedentes de la investigación.....	16
2.3.1.	Barreras Arancelarias.....	17
2.3.2.	Barreras no arancelarias.....	17
2.3.3.	Acuerdos comerciales.....	18
2.3.4.	Acuerdo comercial Multipartes.....	18
2.3.5.	Antecedentes del acuerdo.....	19
2.3.6.	Antecedentes del sector Mango.....	20
2.3.7.	Competencia Externa.....	20
2.3.8.	Exportaciones de mango.....	21
2.3.9.	Beneficios del acuerdo con la UE.....	22
2.3.10.	Relación Comercial entre Ecuador y Alemania.....	22
2.4.	Marco conceptual.....	24
2.5.	Marco Legal.....	26
CAPÍTULO III.....		38
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	38
3.1.	Tipo de investigación.....	38
3.2.	Enfoque de la investigación.....	38
3.3.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	39
3.4.	Muestra.....	39

3.5.	Investigación bibliográfica.....	40
3.6.	Procesamiento de la información.....	40
CAPÍTULO IV		42
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	42
4.1.	Análisis de resultados	42
4.2.	Resultados de las entrevistas.....	42
4.2.1.	Análisis concluyente de entrevistas.....	46
4.3.	Exportaciones primarias del Ecuador	47
4.4.	Beneficios del acuerdo con la Unión Europea.....	49
4.5.	Comercio entre la Unión Europea (Alemania) y Ecuador.....	50
4.6.	Exportación de mango desde el Ecuador a Alemania.....	51
4.7.	Discusión.....	55
CONCLUSIONES.....		57
RECOMENDACIONES		58
BIBLIOGRAFÍA		59
ANEXOS		65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las Variables.....	6
Tabla 2 Número de fincas de plantaciones de mango en Ecuador	8
Tabla 3 Barreras no Arancelarias	17
Tabla 4 Análisis concluyente de entrevistas.....	46
Tabla 5 Exportaciones de petróleo y derivado (2016 - 2018). Miles de dólares.....	48
Tabla 6 Balanza Comercial desde que entró en vigencia el Acuerdo Comercial (millones de dólares).....	51
Tabla 7 Exportaciones históricas de mango del Ecuador	52
Tabla 8 Evolución de las exportaciones de mango con Alemania marzo 2020 – marzo 2021.	53
Tabla 9 Importación de Alemania de mango y otras frutas del Ecuador. Periodo 2020	54
Tabla 10 Participación del PIB del mango en el PIB total (miles de dólares).....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa institucional o mapa de sectores que forman la cadena de valor del mango ecuatoriano.....	10
Figura 2 Cadena productiva Transformado en el Mercado Local.....	20
Figura 3 Exportación del Mango Período 2009-2013	21
Figura 4 Balanza comercial 2009 al 2014 en miles USD.....	22
Figura 5 Exportaciones de petróleo y derivado (2016 - 2018). Miles de dólares	48
Figura 6 Exportaciones a la Unión Europea (Alemania) en millones de dólares.....	50

INTRODUCCIÓN

El Ecuador, siendo un país con dos temporadas climáticas bien definidas (húmeda y seca), y su privilegiado posicionamiento geográfico le permite ser una nación eminentemente agrícola. En los últimos años, las exportaciones de productos agrícolas y acuícolas se han ido incrementado, siendo el banano, cacao y camarones los mayores exponentes, respectivamente. Sin embargo, el mango proveniente de Ecuador, en sus diversas variedades, ha ido mostrando su presencia a lo largo del mundo, resultando este tema en particular de suma importancia en cuanto al análisis, estudiando su comportamiento y proyecciones, con el objetivo de tomar decisiones técnicas basada en datos que permita al país un mayor desarrollo y crecimiento productivo.

El mango es un fruto con dos temporadas de cosecha bien definidas como se mencionó previamente, por ende, su exportación puede darse solo en ciertos meses del año y con esto contribuir a mejorar la balanza de pagos del país y dinamizar la economía y el empleo en las áreas relacionadas con su plantación, mantenimiento y cosecha.

Por otro lado, cabe destacar que debido a la pandemia del COVID-19 que ha impactado en todos los sectores de la economía global, no siendo las exportaciones de mango la excepción, es también importante medir el impacto y las proyecciones a fin de constatar y verificar el mejoramiento del sector exportador.

Por los motivos antes expuestos se ha escogido el umbral de marzo 2020 a marzo 2021 (año pandemia), como tiempo de análisis para las exportaciones de mango, hacia uno de los países más importantes de la Unión Europea como lo es Alemania, a fin de concluir con hallazgos la dinámica de este sector exportador.

CAPÍTULO I

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Análisis de las exportaciones del mango ecuatoriano, con destino al mercado de Alemania periodo marzo 2020 – marzo 2021.

1.2. Planteamiento del problema

El mango ecuatoriano es considerado la más importante fruta no tradicional que se exporta y que tiene como máximo consumidor a EE. UU; sin embargo, existe un contexto de incertidumbre en esta relación comercial con los países Latinoamericanos debido a las innovadoras reglas arancelarias que se han implantado recientemente a raíz del nuevo escenario político en ese país, durante la administración Biden. Por el motivo expuesto es importante estudiar la factibilidad de fortalecer los cinco primeros mercados comerciales hacia donde se exporta mango, esto por medio de una evaluación de las importaciones de las frutas no tradicionales. Así mismo, es recomendable analizar comparativos de los clientes al momento de seleccionar mangos, a través de la estructuración del perfil del consumidor, el cual debería darse con los datos provenientes y disponibles en portales web como el de Pro Ecuador.

Otro punto importante es realizar mejoras a las políticas públicas en el tema de exportaciones de productos agrícolas con el afán de garantizar una ventaja ante la competencia en los mercados globales, estas mejoras pueden ser analizadas en el marco documental de la exportación del mango cultivado en Ecuador y una evaluación a nivel global.

Otro punto relevante es considerar el aporte de la tecnología de punta en muchas regiones del mundo, de equipos y herramientas que contribuyen con mejorar la eficiencia y la calidad de la producción, lo que se expresará en una cantidad mayor de mercancías. Basado en la idea expuesta debe abordarse una evaluación en forma concreta del comercio internacional y las prácticas que realiza Ecuador.

Igualmente, debe evaluarse el impacto que el Comercio Internacional ha tenido en el Ecuador y cómo ha ido crecido en los últimos 30 años, en función del aumento de la producción. Este fenómeno se ha considerado desde siempre como un recurso clave para el incremento de las economías.

Se debe aclarar también que esta actividad económica no tiene que ser vista como el medio de cambio de productos y recursos de una región o país a otro o como una fuente de ingresos fiscal, sino que su importancia radica a través del medio comercial y que esta se mejora continuamente con tecnología y conocimientos adecuados.

Finalmente se indica que la problemática planteada consiste en realizar un análisis de las incidencias del proceso de exportaciones del mango dirigido al mercado de Alemania, antes y después del Acuerdo Comercial Multipartes. Solo así se logrará medir el impacto y concluir en qué forma han evolucionado las exportaciones del mango hacia el mercado alemán.

1.3. Formulación del problema

Determinar la evolución de las exportaciones del mango del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y el mercado alemán. ¿Qué diferencia se hicieron presentes entre las exportaciones de mango antes y después del acuerdo comercial con la Unión Europea? ¿Beneficiará o no beneficiará a las pequeñas y medianas empresas ligadas al sector exportador de mango?

1.4. Sistematización Del Problema

- ¿Cuáles serían los métodos de investigación científicas para lograr obtener la información necesaria de las exportaciones del mango?
- ¿Cuáles es el desarrollo que ha caracterizado a Ecuador antes y después de la firma del acuerdo comercial?
- ¿Qué afectaciones tendrá Ecuador con la firma del acuerdo comercial establecidos entre la Unión Europea en las exportaciones de mango?

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo general

- Analizar el comportamiento de las exportaciones del mango, dentro del periodo citado marzo 2020 – marzo 2021.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Recopilar información de las exportaciones del mango hacia el mercado de Alemania mediante técnicas de investigación científica. Utilizando para ello datos oficiales provenientes de diversas instituciones públicas ligadas a la temática de exportaciones agrícolas como el Banco Central Del Ecuador, Pro Ecuador, Cámara de Comercio, Fedexport el SENA, Ministerio de Comercio Exterior, COMEX, entre otras.
- Evaluar los niveles de exportaciones de mango ecuatoriano hacia uno de los principales países que conforman la Unión Europea, Alemania, durante el periodo marzo 2020 a marzo 2021.
- Determinar las ventajas y también las desventajas que el acuerdo comercial ha generado sobre las exportaciones de mango en Ecuador.

1.6. Justificación de la Investigación

Mediante la investigación planteada en este proyecto se pretende disminuir la incertidumbre comercial, contribuyendo con análisis económicos y financieros que sean de utilidad a los productores nacionales, para que sepan la realidad del mercado de exportaciones de mango de Ecuador hacia Alemania, con este conocimiento se pueden tomar medidas o ajustes para diversificar el mercado del mango ecuatoriano y esto se traducirá en un aumento del volumen de ventas.

Se debe ser claro en que el acuerdo Multipartes con la UE es sumamente importante para el sector comercial ecuatoriano que realiza exportaciones del mango, debido a que crea opciones en el sector primario, facilitando de esa manera la entrada al mercado europeo sin restricciones comerciales, este dinamismo que produce incentiva la creación sostenible de más puestos de trabajo; dinamizando la economía en tiempos en

donde se requiere acelerar la recuperación de diversos sectores que empujen al mejoramiento de las perspectivas de crecimiento macro económico.

1.7. Delimitación y alcance de la Investigación

Delimitación temporal: Análisis de las exportaciones del mango ecuatoriano, todas las variedades, con destino al mercado de Alemania, durante el periodo marzo 2020 – marzo 2021.

Delimitación geográfica: La investigación se enfoca en el país origen del producto agrícola: Ecuador y en todas las regiones donde se cultiva y produce mango con calidad de exportación, principalmente en la provincia de Guayas que cuenta con mayor hectareaje de superficie destinada para el cultivo de variedades de mango exportable.

Delimitación temática: Este trabajo de investigación está dirigido específicamente al análisis del acuerdo comercial con la Unión Europea, con las exportaciones de mango durante el periodo marzo 2020 a marzo 2021, concretamente en Alemania, con el fin de determinar el impacto que ha ocasionado en la economía nacional.

1.8. Idea a Defender

Cómo tendrían incidencia las exportaciones del mango ecuatoriano, con destino al mercado de Alemania durante el periodo marzo 2020 – marzo 2021, para un mejor manejo de comercialización de este producto a nuevos destinos internacional y mejora de la marca ecuatoriana.

1.9. Variables

Variable independiente.

Acuerdo Comercial Multipartes con Alemania.

Variable dependiente.

Exportaciones del mango.

1.10. Operacionalización de las variables

Tabla 1 Operacionalización de las Variables

Tema	Objetivo	Idea a defender	Variables	Indicadores
Exportaciones del Mango Ecuatoriano, con destino al mercado de Alemania periodo marzo 2021 – marzo 2021.	Analizar el comportamiento de las exportaciones del Mango, dentro del periodo citado marzo 2021 – marzo 2021.	Analizar los cambios que han tenido las exportaciones de mango destino al mercado de Alemania periodo marzo 2021 – marzo 2021..	<p>Independiente: Acuerdo Comercial Multipartes con Alemania.</p> <p>Dependiente: Exportaciones del mango</p>	Fuentes. Libros. Páginas oficiales. Entrevistas.

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

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, auditoria y tributación

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco teórico referencial

Esta sección del proyecto será de mucha ayuda para poder realizar trabajos de investigación similares o plantear otros más exhaustivos, cuya idea central es emular los desarrollados por autores de diversos proyectos investigativos de temáticas similares o iguales.

Este proyecto se basó del análisis de las ventajas y desventajas que presenta el nuevo Acuerdo Comercial Multipartes firmado por la Unión Europea y Ecuador versus el Acuerdo Comercial SGP Plus de 2019 al 2016.

Además, se analizó brevemente cómo Ecuador ingresó al sistema SGP por medio del Consejo de la Unión Europea.

Se muestra un breve análisis de la balanza comercial de productos primarios, donde se logra conocer que la contribución en la economía ecuatoriana fue notable, ya que generó los ingresos de divisas debido a las exportaciones mayormente dirigidas a la Unión Europea.

2.1.1. Mango ecuatoriano

El mango tiene muchos beneficios para la salud porque contiene propiedades como el betacaroteno que puede reducir los síntomas del asma y puede ser eficaz para ciertos tipos de cáncer, así como fibra y potasio que pueden reducir el riesgo de enfermedad cardíaca. Otro factor importante es que contiene vitamina A que ayuda al cuidado de la piel. También se cree que los nutrientes del mango mejoran la digestión y la salud ocular. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2020).

Ecuador es el segundo país de América del Sur que exporta mangos a Europa, después de Brasil. Sin embargo, se cree que los mangos ecuatorianos tienen ciertas limitaciones, debido a que el viaje al mercado es de casi 20 días, mientras que Brasil

requiere de 9 a 10 días, lo que tiene un impacto significativo en la calidad del producto (Revista Líderes, 2018).

Los mangos se cultivan principalmente en la provincia de Guayas, se han puesto en producción en su totalidad unas 7.700 hectáreas de tierra dentro de la alianza, de las cuales unas 6.500 hectáreas se dedican a la exportación. El resto se dedica a otros mercados (local, tratado andino) o la producción de jugo de frutas y concentrado de mango (Fundación Mango Ecuador , 2019).

Tabla 2 Número de fincas de plantaciones de mango en Ecuador

Zona	1-25 Has.	25-50 Has.	50-100 Has.	Más de 100 Has.	Total
Norte	10	9	4	5	28
Central	9	14	9	2	34
Oeste	9	4	15	9	37
Sur	0	0	0	1	1
Fincas	28	27	28	17	100

Fuente: Fundación Mango Ecuador (2019)
Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

“Las zonas principales donde se planta la fruta son: Guayas (95%) y Los Ríos (5%) en los sectores de Vía a la Costa, De Nobol hacia Pedro Carbo, y de Nobol hacia Vinces” (Periódico digital ECA, 2018).

La Fundación Mango Ecuador es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo principal es brindar apoyo a productores, exportadores y sectores industriales basado en el uso eficiente y ecológico de los recursos naturales para aumentar la productividad, apoyar la investigación, la educación y la tecnología. Una de sus actividades es que a través de un convenio con AGROCALIDAD, manejan un plan de control para monitorear la exportación de moscas de la fruta en cerca de 6.500 hectáreas de cultivos de mango, y brindar a los productores todos los productos y asistencia técnica necesarios para poder controlarlas bien. Realizan convenios e intercambios científicos con instituciones públicas o privadas nacionales e internacionales. También se capacitó a técnicos de campo y productores, lo que implicó monitorear la mosca de la fruta (plaga cuarentenaria

que afecta al cultivo) y brindar asesoría en diferentes áreas del desarrollo del cultivo. La Fundación Ecuador Mango es representante de la antigua fábrica de envases de APHIS (Servicio de Inspección Sanitaria Animal y Vegetal en español), la Oficina del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América, quienes enviaron técnicos durante toda la temporada de cosecha para verificar los países exportadores a la región del norte. Finalmente, se encarga de ayudar a las empresas de embalaje a participar en ferias internacionales de todo el mundo (Fundación Mango Ecuador, 2020).

A continuación, Fundación Mango Ecuador (2019) detalla una breve descripción de algunos de los principales exportadores del país:

- GRUPO AGRIPRODUCT S.A.
- ARIEGRA S.A.
- AGRIVICSA
- AGROSALVIA
- BLIX S.A.
- BRESSON
- DUREXPORTA
- EXOFRUT-RAPALLO
- HACIENDA ESPECIALCORP
- PILOT S.A.
- PIVANO S.A.
- REFIN S.A.
- RENESA
- RINURSA
- SEMBRIEXPORT



Figura 1 Mapa institucional o mapa de sectores que forman la cadena de valor del mango ecuatoriano
Fuente: Fundación Mango Ecuador (2019)
Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

Caracterización de sistema producción

Son pocos los meses para degustar este producto: de noviembre a enero, aunque los últimos meses del año son la temporada de un repunte en la cosecha de las variedades más importantes: chupa, Tommy Atkins, canela, Edward o mantequilla. Hay otras cosas que van desapareciendo, pero las cifras aún son muy pequeñas (manzanas, bolsas de piel de cabra, piña, alcanfor, ajenas) (Lizarzaburo, 2019).

“En la época de sequía es difícil que una plantación de mangos llegue a quemarse por cuanto es el período de máximo crecimiento de biomasa para estos árboles y de mayor actividad de la fotosíntesis por la menor nubosidad” (Farías, 2019).

De acuerdo a Muñoz (2019) quien cita a Fundación Mango, en la campaña 2017 “el sector exportó 13’685.119 cajas de cuatro kilos con la fruta, 57.982 cajas más con relación a similar período de 2016-2017, en que se llegó a 13’627.137. Lo exportado el año pasado representó divisas por \$ 41’055.357”.

El principal comprador de mangos ecuatorianos es Estados Unidos, que concentra el 92% de la fruta exportada, seguido de Canadá (3%), Nueva Zelanda (2%), y el resto se distribuye entre Europa, México, Chile y otros países de América (Diario El Telégrafo, 2018).

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Teoría del comercio internacional

El comercio hacia otros países fue desarrollado desde tiempos inmemoriales con el fin de satisfacer las necesidades de la población humana.

Esta dinámica fundamental ha hecho que a lo largo de las décadas los economistas desarrollen y usen varias teorías que pretenden demostrar las ventajas de este tipo de comercios, y también expliquen su comportamiento a fin de anticiparse a cualquier recesión o de aprovechar al máximo las ventajas iniciales de cada país.

Existen varias teorías del Comercio Internacional, tales como: Ventaja absoluta, Ventaja comparativa, Modelo de Heckscher-Ohlin, la “nueva” teoría del Comercio internacional y la teoría del Coste de Oportunidad (Chacholides, 1980).

El comercio Internacional surge desde el Mercantilismo que estuvo presente en desde el siglo XV al XVIII. Esta doctrina surge luego de la caída del feudalismo, y también es producto de varias causas tales como: aumento significativo de la producción, auge de tecnologías. Con los dos puntos antes mencionado se dio entonces un excedente de la producción que sería destinado a la comercialización.

Esta doctrina se basa en la formulación de un tipo de proteccionismo, en donde los mercantilistas consideran que para lograr el bienestar nacional era necesario que los países acumulen metales preciosos, es decir, su riqueza se basa en qué tanto acumulaban en sus arcas los metales preciosos. El mercantilismo se caracterizaba particularmente por una fuerte intervención del Estado sobre las actividades comerciales.

Luego de esta doctrina, surgen teorías de Comercio Internacional que permiten a las naciones nuevos cambios y modos de manejar el comercio. Estas serán presentadas en lo posterior.

2.2.2. Teoría de la ventaja absoluta

La teoría de la ventaja absoluta explicada por Adam Smith en su libro titulado “La riqueza de las naciones” en el año 1776, parte de los siguientes supuestos: son dos los países que comercializan, el único factor determinante del comercio es el trabajo que tiene

movilidad interna en los países, pero carece de movilidad externa, ignora los costos de transporte y no considera el dinero. El comercio internacional es el resultado de la Ventaja absoluta que un país tiene frente a otro en la producción de un bien (Smith, 1776).

Asimismo, Smith establece que, en un mercado mundial de competencia perfecta, todos los países se pueden beneficiar simultáneamente. Este autor clásico indicaba que la riqueza de las naciones crece cuando los países exportan bienes donde tienen ventaja absoluta, en resumen, donde para la producción de estos bienes exportables le atribuya el menor número de horas al país de origen.

2.2.3. Teoría de la ventaja comparativa

La ventaja comparativa es una extensión de la teoría de Smith, esta trata de explicar las ganancias que se podrían obtener procurando desarrollar el libre comercio de recursos, trabajadores, capital y a su vez especializándose en algún producto en particular y así conseguir que la desventaja en principio encontrada sea menor.

La teoría de la ventaja comparativa es una continuación y extensión de la teoría clásica de la ventaja absoluta planteada por Smith. El autor de esta teoría es David Ricardo quien formuló esta teoría. La misma, mantiene los supuestos de Smith, pero señala que no es necesario que haya ventaja absoluta en la producción de un bien para que se genere el comercio internacional. Demostrando que un país “x” puede tener ventaja en la producción de ambos bienes, pero que el país “z” puede exportar aquel bien en que su desventaja es menor porque los países tienen a especializarse (Chacholides, 1980).

2.2.4. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones

La teoría de la ventaja competitiva fue desarrollada por los economistas clásicos en el siglo XVIII y se basaba en que un aumento en el tamaño del mercado provocaría un aumento de la producción y de la riqueza. Esto lo podían conseguir a través de incrementar el comercio entre países, es decir, el comercio exterior. Esta teoría trata sobre que los países deben especializarse en aquellos bienes y servicios que pueden producir con un menor coste y como consecuencia los países producen bienes en donde son comparativamente mejores, pero tienen luego que comerciar entre ellos; adquirir e

importar los que necesitan y asimismo exportar los que ellos elaboran. Esta especialización origina que ocurra un aumento de la riqueza y de la productividad en el trabajo.

2.2.5. Teoría del equilibrio y el comercio internacional

De la teoría clásica desarrollada por Smith, Ricardo y Mill se desprendieron dos corrientes del pensamiento: Marxista y Neoclásica. Fue a partir del año 1870 que tomó cuerpo con autores tales como Pareto, Wieser y Bohm, llegando a su punto culminante con Marshall.

Esta teoría estudia el mercado y los precios de las mercancías en descenso, obteniendo sus ganancias de la mejor manera, estos teóricos del equilibrio daban a la economía una estabilidad monetaria obteniendo ganancias en los precios y las cantidades de los productos estableciendo el equilibrio en su producción hasta llegar a el mercado comercial sin alterar las características del producto, y sin importar el nivel de precios, el dinero solo sirve como mediación económica.

Además, esta teoría afirma que “En el mercado el precio de una mercancía depende no solo del precio de los factores productivos sino del precio de todas las mercancías.” (*TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*, n.d.)

2.2.6. Teoría de la localización

Esta teoría mantiene el concepto de que son limitados los recursos naturales y se encuentran distribuidos de manera no equitativa en el planeta. Esta distribución de recursos determina en sus primeras etapas de desarrollo económico situaciones distintas entre los países en cuanto a la producción de bienes. Producto de lo anterior mencionado, surge la necesidad de los individuos a especializarse en “x” actividades. A medida que se produce la acumulación de capital y la comprensión tecnológica se desarrolla, surge la tendencia a depender en menor grado de estos recursos naturales y posteriormente, con el avance de la humanidad se produce el reemplazo de estos bienes naturales por productos sintéticos (Chacholides, 1980).

Asimismo, esta teoría determina que la localización no es un factor determinante para la balanza comercial de un país ya que, también puede contar con otros factores así esa región no cuente con recursos naturales suficientes para salir adelante como es el caso de Japón, que a pesar de no contar con estos beneficios naturales ha conseguido grandes desarrollos económicos gracias a sus estrategias empleadas.

Esta teoría es muy ventajosa para este análisis porque guarda relación en cuanto al comercio internacional y los recursos naturales con la que Ecuador obtiene ventajas sobre sus recursos agrícolas acuícolas y más, debido a sus productos de alta calidad y también a las rebajas porcentuales con las que cuenta gracias al Acuerdo Comercial Multipartes con Europa.

2.2.7. Teoría de las proporciones factoriales – Hecksker Ohlin

Este modelo fue postulado en 1933 por Ohlin en base al teorema postulado por Hecksker en 1919. El modelo busca explicar el funcionamiento de los flujos del comercio internacional (Oros Avilés, 2015). Esta teoría también es conocida como teoría de la proporción de los factores y parte de la teoría desarrollada por Ricardo y afirma que, si una nación cuenta con excedentes relativos de un determinado factor, tendrá ventaja comparativa y competitiva en dichos bienes que necesiten un mayor grado de ese factor en cuestión. Es decir, las naciones exportarán los bienes que son intensivos en los factores con los que están dotados.

Esta teoría es considerada como una de las más influyentes de la economía internacional ya que, contiene menos premisas simplificadoras, es decir, más cercano a la realidad. Sin embargo, hay excepciones en la práctica, tal es el caso de EEUU, país con claras ventajas de capital, pero que a pesar de aquello importa mucho más.

Importando productos con desventaja comparativa y exportando los bienes que producen con productos relacionados a estos factores. Se puede decir que en cuanto a esta teoría existen opiniones que el planteamiento no es suficiente porque no explica las estructuras del comercio.

La anterior teoría aporta en esta investigación exponiendo como un país puede recurrir a sus diferentes recursos naturales para hacer uso de ellos, aportando en el

desarrollo económico y próspero de una nación, logrando expandir su mercado a nivel mundial. Como por ejemplo se lo hace con uno de los principales productos primarios y tradicionales como lo es en Ecuador con el atún.

2.2.8. 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)

2.2.9. 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).

2.3. Antecedentes de la investigación

Gracias a la balanza comercial, que es donde se reflejan los resultados globales de las exportaciones que genera el país, y a su correcto análisis e interpretación es que se logra ayudar a las empresas a expandirse, con la finalidad de mejorar sus resultados, generando más producción y mayores fuentes de empleo.

La acción del empresariado radica en obtener ganancias vendiendo a otros países, productos o servicios que ellos necesitan o a su vez no cuentan con suficiente producción para satisfacer al mercado interno. Esto va de la mano con la idea del lucro. Entonces es gracias a las exportaciones e importaciones, que se generan más ingresos y más comercio interno.

Las negociaciones de compra y venta es lo que mueve la economía y el crecimiento financiero dentro de un país, gracias a los productos procesados que ellos producen, ya que poseen las condiciones climáticas, naturales e industriales necesarias para hacerlo.

En este proceso de comercializar productos y bienes desde un país que si está en ventajas de producirlo hacia un país que no los puede producir por diversas variantes y así poder ser reconocidos y poder expandirse a varios países, logrando equilibrar la demanda y las ventajas que tiene cada país en sus productos y de estar manera darse a conocer de una manera más eficaz.

Recordar que el comercio internacional no tiene que ser excesivamente educado, rápido, directo ni breve, pero sí las negociaciones tienen que ser acertadas y eficientes.

En su libro (Peña, 2016) menciona que “Es necesario acordar los términos de las relaciones contractuales además de generar diferentes escenarios comerciales, definir las reglas explícitas del trabajo, los modos y el tipo de colaboración evitando los malos entendidos y concretando el alcance y la responsabilidad de los agentes que intervienen” (Negociación Para El Comercio Internacional - Cristina Peña Andrés - Google Libros, n.d.).

Esta autora es su libro plasma que es necesario crear diferentes escenarios comerciales, definiendo reglas para evitar los malos entendidos en las negociaciones. Toda negociación debe ser clara y directa en los requerimientos que se espera de cada

parte vinculada en el proceso, exponiendo dudas, solicitudes y definiendo estrategias que convengan a los involucrados.

2.3.1. Barreras Arancelarias

“Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías. Conocer éste tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado puede ser relativamente fácil, toda vez que se encuentran en un arancel o tarifa arancelaria” (Sarquis, 2002).

2.3.2. Barreras no arancelarias

“Se consideran barreras no-arancelarias todas aquellas medidas (diferentes del arancel) que impiden el libre flujo de mercancías entre los países. También se incluyen las medidas que estimulan artificialmente la producción y el comercio” (Sarquis, 2002).

En la tabla 2 se presentan las barreras no arancelarias y sus diferentes medidas.

Tabla 3 Barreras no Arancelarias

Medidas de importación		
Medidas técnicas	A	Medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF).
	B	Obstáculos técnicos.
	C	Inspecciones pre-embarco y otras formalidades.
Medidas no técnicas	D	Medidas de defensa/protección comercial.
	E	Licencias, cuotas, prohibiciones, y otras de cantidad.
	F	Medidas de control de precios, incluye cargos, tasas.
	G	Medidas Financieras.
	H	Medidas que perjudican la libre competencia.
	I	Medidas de inversión relacionadas con el comercio.
	J	Restricciones de distribución.
	K	Restricciones a los servicios de post-venta.
	L	Subvenciones.
	M	Compras de gobierno.
	N	Propiedad intelectual.
	O	Reglas de Origen.

Fuente: (Unctad, 2017)

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022).

2.3.3. Acuerdos comerciales

Estos Acuerdos Comerciales buscan generar beneficios, cuando están en vigencia, los países que están acogidos bajo estos acuerdos negocian los recursos más productivos que producen, buscando beneficios para las economías, teniendo reglas claras, mutuamente convenidas. La idea principal de los países es buscar desarrollar y aumentar el comercio, solucionando conflictos en sus relaciones económicas y comerciales.

Cabe aclarar que la palabra “acuerdo” es un convenio entre distintos gobiernos de países interesados que representa un contrato en donde se determinan un conjunto de leyes y reglas.

Un tratado comercial son las “Diplomacias legales establecidas entre naciones que buscan un interés benéfico para desarrollarse económicamente, acogiéndose.” (Saenz 2016)

Mediante estos tratados comerciales se consigue crear nuevos mercados, además de hacer evolucionar y equilibrar las economías con estos convenios comerciales, donde se negocian estratégicamente beneficios para los países que lo integran y permanezcan en estos acuerdos.

2.3.4. Acuerdo comercial Multipartes

Este acuerdo comercial Multipartes remplazó al anterior acuerdo que fue el SGP sistema de preferencias arancelarias, ya que no cubría suficientes rebajas arancelarias ni beneficios por lo que no estaba impactando tan positivamente para la economía del país.

Este acuerdo hasta ahora nos ha beneficiado no solo en los productos tradicionales, también lo ha hecho con los productos no tradicionales, por lo tanto, este acuerdo constituye un hito histórico en las relaciones bilaterales entre socios.

En este acuerdo se ha otorgado importantes concesiones arancelarias a la agricultura y liberaliza al 100% los productos industriales y pesqueros para Ecuador, mientras que la Unión Europea gozará de beneficios arancelarios, sin embargo, a un período de tiempo no fijo sino variable que puede ir hasta 17 años.

Estos acuerdos son sumamente ventajosos para las negociaciones en un país, por lo que aumentan las exportaciones debido a los convenios y pactos a que adaptan en los países involucrados, beneficiando su economía.

2.3.5. Antecedentes del acuerdo

Las negociaciones pactadas dentro de la firma de un acuerdo comercial internacional, entre una economía en desarrollo y otra desarrollada tiene que ir en consonancia con sus necesidades. Para poder ver que requiere un país, se inician investigaciones en lo local económico, cultural, social y político e internacional, se evalúan las relaciones históricas comerciales, se analizan perfiles económicos y estadísticos, y en diferentes situaciones se plantean predicciones favorables.

Se sugirieron respuestas en situaciones favorables que se puedan presentar en cualquier escenario, realizando estudios previos para así lograr aclarar la situación del país para poder lograr una negociación sin imprevistos de ningún tipo, abriendo los canales comerciales al comercio exterior.

Ecuador necesitaba concretar su unión al acuerdo comercial Multipartes ya que el tiempo pactado en el anterior acuerdo llegaba a su finalización.

Este Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) entró en vigor con la Unión Europea el 1 de enero del 2017, representando un gran avance con el sector público y el privado, en este acuerdo se considera la negociación como finalizada completamente en el año 2016 y aquello dio al país ventajas.

En resumen, se cerró un acuerdo muy equilibrado después de varios años de negociación con la Unión Europea, potenciando al máximo las oportunidades en diferentes sectores, desarrollando así una fluidez más eficiente para el comercio exterior del país, reduciendo los costos a su más mínima expresión también protegiendo los sectores más desprotegidos (Cueva, 2014).

El Acuerdo Comercial Multipartes, entre Ecuador y la Unión Europea, en donde se incluye a Alemania, ha presentado resultados beneficiosos para la economía nacional, que incrementó en 2017 sus exportaciones hacia el bloque europeo en 12%, esto

representa aproximadamente US\$300 millones para la variedad de productos exportables del país (Banco Central del Ecuador, 2020).

2.3.6. Antecedentes del sector Mango

La forma en cómo el mango ecuatoriano se vende al exterior es un modelo a seguir pues se ha ido ganando la confianza de los clientes y el posicionamiento en mercados exigentes.

En el país hace unos años se registraban 10 mil hectáreas de mango de exportación y 6 emparadoras. Esto se ha incrementado producto de la dinámica de sus exportaciones. Esto ha facilitado que se pueda revertir la imagen que se tenía del mango ecuatoriano.

El próximo reto es trabajar muy duro para conquistar el mercado alemán, este reto tomará un par de años debido a que las autoridades fitosanitarias son bastante exigentes y tienen protocolos muy estrictos.



Figura 2 Cadena productiva Transformado en el Mercado Local.

Fuente: Comercialización de productos agropecuarios.

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

2.3.7. Competencia Externa

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) estima que la cosecha de mango rondará 28,8 millones de toneladas en el ejercicio 2014, es decir, el 35% de la producción mundial de frutas tropicales.

El 69% de ese monto total se obtendrá en Asia y el Pacífico (India, China, Pakistán, Filipinas y Tailandia; el 14% en los países de América Latina y el Caribe (Brasil y México) y el 9% en el continente africano.

La previsión del organismo de las Naciones Unidas sitúa a India como el mayor productor de mango mundial, con el 40% de la cosecha total (11,6 millones de Tm). La producción de México aumentará también hasta 1,9 millones de Tm (500.000 más que en 2004).

2.3.8. Exportaciones de mango

Anualmente se promedia el crecimiento de exportación de mango en el Ecuador en un 12,8% de envíos a otros países. La cosecha por lo general empieza en septiembre y se extiende hasta abril, dicho sector exportó en el año 2013 alrededor de 10,89 millones de cajas de mango de 4 kg 1,24 millones adicionales que el año 2012.

El presidente de la Fundación Mango Ecuador, señala que el aumento de las exportaciones obedeció, en parte, a una mejora en la producción de la fruta. Son aspectos que deben seguir mejorando para que este producto crezca anualmente e ingrese a nuevos mercados internacionales.

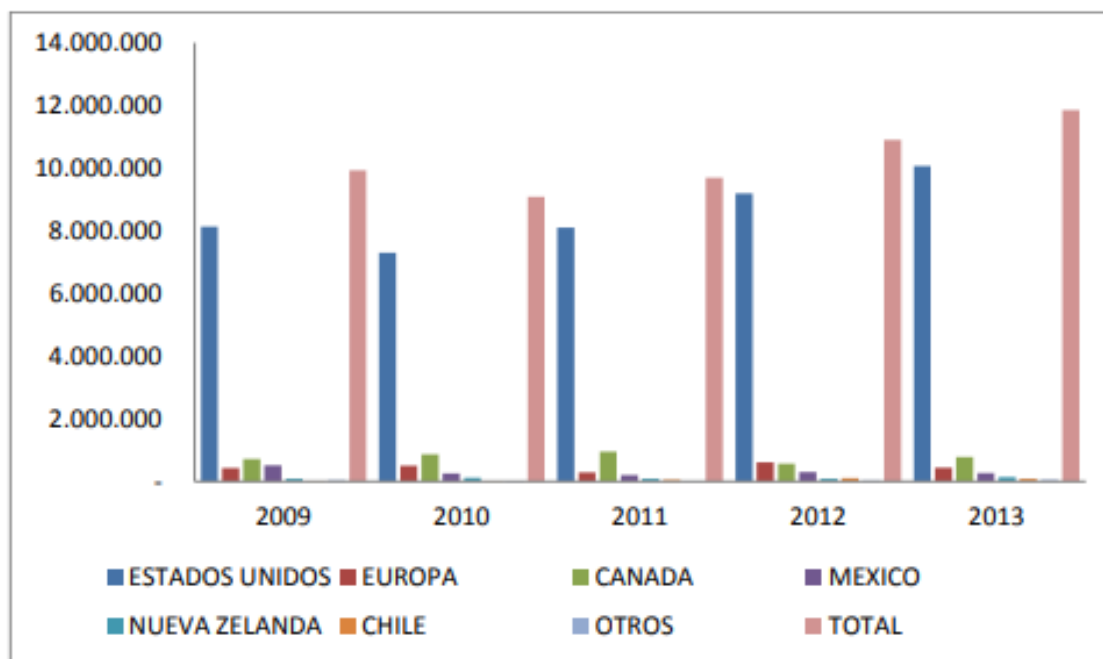


Figura 3 Exportación del Mango Período 2009-2013

Fuente: Fundación Mango Ecuador.

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

El mango ecuatoriano ocupa uno de los primeros escalafones de los productos agrícolas no tradicionales que son mayormente demandados por el sector externo, siendo así que las exportaciones han mantenido una tendencia creciente.

2.3.9. Beneficios del acuerdo con la UE

¿Cuáles son los beneficios del Acuerdo Multipartes para Ecuador?

- Productos agrícolas: El 99,7% de la oferta exportable tiene desgravación inmediata, es decir, desde la entrada en vigencia del acuerdo.
- Los artículos industriales y pesqueros: el 100% de la oferta exportable tiene liberación inmediata a partir del 1 de enero.
- Los elementos más consumidos de la economía popular y solidaria; como la quinua, chocho, plantas medicinales, pitahaya, etc., tendrán acceso inmediato con 0% del arancel a la UE.
- Protección a sectores sensibles de la economía ecuatoriana.
- El Acuerdo Multipartes representa un mejoramiento arancelario en relación al Sistema General de Preferencias (SGP).

2.3.10. Relación Comercial entre Ecuador y Alemania

La dinámica comercial entre Alemania y Ecuador durante el periodo de tiempo 2009 al 2014 se puede observar en la figura 3.

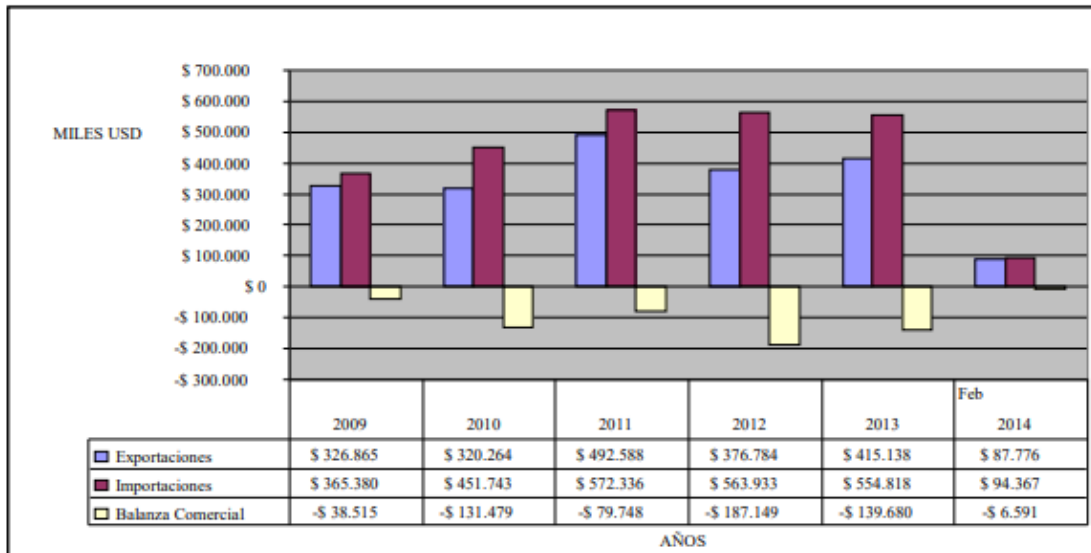


Figura 4 Balanza comercial 2009 al 2014 en miles USD

Fuente: PROECUADOR (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones), (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014)

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

En la figura 4 se observa cómo la balanza comercial Ecuador – Alemania ha sido deficitaria para el país latinoamericano, en los últimos 5 años, hasta febrero del 2014, siendo el año 2011 como el año con mayor cantidad de exportaciones en USD e importaciones paralelamente, representando un -14 % de déficit.

De esta relación comercial se observa que el Ecuador exporta principalmente materias primas y recibe a cambio productos fabricados como herramientas, vehículos y químicos. Lo interesante de esta relación es que, de los productos mayormente exportados por el Ecuador, no tienen casi relación con los productos que importa.

El Ecuador exporta materias primas e importa productos fabricados, principalmente con materias primas de otros países. Esta situación sirve como oportunidad de inversión para los ecuatorianos si un nicho de sus productores se enfoca en exportar las materias primas utilizadas en la fabricación de los equipos o herramientas fabricadas y exportadas otro país.

Uno de los principales socios comerciales de Ecuador es Alemania.

Wilfried Meinlschmidt, presidente de la Cámara de Comercio Ecuatoriano Alemana, aseguró que su país “es el campeón en temas de maquinaria”.

Legarda, presidente de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor), describió a la potencia europea como un mercado que marca mucha tendencia en el consumo.

Banano, café y cacao son los artículos que más demanda tienen en ese país ya que el 70% de las ventas no petroleras se concentra en estos.

Pro Ecuador tiene una lista de 19 productos estrella, es decir que tienen oportunidades para el crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

También dice que existen productos con potencial, pero con un dilema: “son productos que ocupan una posición en el mercado que abarca una parte pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento”, dice el estudio.

2.4. Marco conceptual

Acuerdo comercial

Se compone de un acuerdo entre partes para intercambiar bienes, productos y/o servicios de acuerdo con una balanza comercial equilibrada entre mercados. Es decir, el Acuerdo Comercial hace mención al objetivo esencial de crecimiento económico y productivo en el cual los países convienen intercambiar productos o servicios con la intención de aumentar su PIB y afianzar economías de miras de desarrollo con proyección a crecimiento laboral y productivo. Principalmente se efectúan entre países que conservan nexos comerciales de intereses suplementarios para el progreso del mercado internacional (Dejuán, 2018).

Balanza comercial

Es el conjunto de importaciones y exportaciones que despliega un país en términos estrictamente comerciales. Por tanto, la definición de la balanza comercial representa rigurosamente al volumen de pagos y al volumen de cobros que efectúa ese país. Las importaciones de la balanza comercial refiere a los datos directamente congruentes con la actividad de un país fuera de sus fronteras, es decir, en el exterior. Mientras que, las exportaciones de la balanza comercial están estrictamente sujetas a todo aquello que ha sido producido y comercializado por un mismo país con el objetivo de venderse y posicionarse en un mercado internacional competitivo (Roig, 2019).

Competitividad empresarial

“La competitividad determina el éxito o el fracaso de las empresas. Para que una empresa pueda subsistir en cualquier mercado competitivo, debe superar a sus competidores, y para ello es totalmente necesario que cree y desarrolle una ventaja competitiva sostenible” (Espinosa, 2017).

Mercado meta

“En este apartado se delimitará qué tamaño tiene el mercado y cuáles posibilidades de crecimiento plantea. Esta delimitación se determina con la información de los

consumidores sobre sus gustos y preferencias, hábitos de consumo y poder de compra con los precios de los productos” (Pedraza, 2014, pág. 33)

Negocios internacionales

“Tienen como objeto poder crear una relación comercial entre países, sean cercanos o lejano, en el cual ambos se favorezcan a través de los intercambios bienes o servicios que les generan beneficios económicos de los países involucrados en el proceso” (González, Martínez, Otero, & González, 2014).

Perfil del país

Es un resumen de las particularidades de un mercado, que contiene la información de los compradores y competidores habituales, así como datos generales sobre la economía y esquemas del comercio al por menor en un sector comercial o productivo. Su objetivo principal es facilitar el crecimiento del sector de comercio exterior de los países en desarrollo (Ruiz, 2008).

Política comercial exterior

Las políticas de comercio exterior de un gobierno son reglas delineadas para encaminar la actividad comercial bidireccional de este país; se encarga de observar para la toma de decisiones futuras, tomando información de su industria e impacto concerniente a la economía y mercado interno y externo. De esta manera, las políticas de comercio exterior son discernimientos generales de cumplimiento jurídico que perfeccionan la obtención de los objetivos y facilitan la ejecución de las estrategias de comercio exterior que se hayan visionado (González M. E., 2015).

Razones de exportación

“La experiencia que se obtiene cuando la empresa y sus productos se exponen a la competencia global, se traduce en mayor competitividad tanto a nivel de productos como de gestión” (Diario del Exportador, 2014).

2.5. 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. (Constitución de la Republica del Ecuador, 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. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

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. (LOEPS, 2011) 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.

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. 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. (Fabre, 2018)

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. (Nacional, 2015)

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. (OMC, 2017)

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. (Regímenes Aduaneros – Servicio Nacional de Aduana Del Ecuador, n.d.)

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. (Nacional, 2015) 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. (2015)

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (2015)

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) 47

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; y, (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).

Enfoque de sistemas para la exportación de fruta fresca de mango desde Ecuador continental hacia los países que conforman la Unión Europea

Dentro de este enfoque, se muestran las responsabilidades de las organizaciones participantes, que en este caso son la Unión Europea, la Agencia de Regulación y

Control Fito y Zoosanitario AGROCALIDAD y los productores junto con las empacadoras. Este es un documento presentado por AGROCALIDAD (2020) para homologar los parámetros de trabajo sobre la fruta fresca de mango que tiene cada parte involucrada:

Unión Europea

- Apoyar operaciones del programa de monitoreo para moscas de la fruta proporcionando orientación técnica a Agrocalidad según sea necesario o a petición.

- En colaboración con Agrocalidad, mantener, evaluar y revisar el enfoque de sistemas acorde al requerimiento para reflejar con precisión las operaciones del programa.

- Verificar que las responsabilidades de todos los participantes en cuanto a requisitos técnicos han sido correctamente ejecutadas y comunicar cualquier deficiencia a Agrocalidad para investigar y tomar acciones correctivas si se justifica.

- En caso de requerirse, basándose en eventos de incumplimiento o auditorías realizadas al programa, la Unión Europea proporcionará personal calificado para trabajar cooperativamente con Agrocalidad y todos los participantes del programa para la exportación de fruta fresca de mango, quienes revisarán y evaluarán las operaciones de campo y centros de acopio, actividades de manejo y control de mosca de la fruta y otras medidas de protección, y proporcionarán informes de auditorías a Agrocalidad de manera oportuna.

La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitaria AGROCALIDAD

- Visitar e inspeccionar todos los sitios de producción registrados y aprobados antes de cada cosecha, al menos una vez al mes.

- Asegurar que los participantes de la exportación de la fruta fresca de mango para la Unión Europea cumplan con las normas fitosanitarias establecidas por la Unión Europea y Agrocalidad.

- Verificar que los participantes estén registrados y aprobados individualmente para exportación, sean sólo aquellos sitios de producción que cumplan con las condiciones que se indican en este enfoque de sistemas.

- Registrar y aprobar los centros de acopio. - Monitorear las operaciones de los centros de acopio para verificar que estén cumpliendo con los requisitos del enfoque de sistemas.

- Asegurar que la fruta fresca de mango se empaque en una instalación registrada y aprobada por Agrocalidad.

- Auditar cada centro de acopio registrado y aprobado para verificar el cumplimiento de protección fitosanitaria.

- Realizar la inspección y aprobación de los centros de acopio, así como de sus instalaciones de almacenamiento y medios de transporte según sea apropiado para verificar que cumplan con los requisitos de limpieza y protección para la movilización y exportación de frutos de exportación.

- Realizar una inspección en caso de que el centro de acopio se encuentre incumpliendo con los requisitos del enfoque de sistemas; no permitir que frutas de mango de ese centro de acopio se exporten a la Unión Europea hasta que Agrocalidad realice una inspección y verifique el cumplimiento de los requisitos establecidos.

- Mantener una lista actualizada de los participantes registrados y aprobados, incluyendo los sitios de producción y centros de acopio, y proporcionar la lista a petición de la Unión Europea.

- Mantener los documentos relacionados con la verificación del monitoreo por parte de Agrocalidad por al menos dos años, y proporcionar a petición de la Unión Europea.

- Realizar visitas de auditoría periódicamente para asegurar que el monitoreo ha sido ejecutado adecuadamente, por los proveedores de servicio autorizados en sitios de producción de mango registrados y aprobados.

- Asegurar que solo mangos procedentes de sitios de producción registrados y aprobados, y que han cumplido con los parámetros del enfoque de sistemas sean presentados para la inspección de certificación para exportación.

- Realizar actividades de certificación fitosanitaria y emitir los Certificados con la declaración adicional y demás requisitos fitosanitarios establecidos, solo a los envíos que cumplan con los mencionados requisitos.

- Tomar medidas inmediatas para corregir incumplimientos detectados y si es necesario, suspender o revocar el registro de participantes hasta que el incumplimiento haya sido corregido y reportar inmediatamente cualquier suspensión de participantes a la Unión Europea.

Productores

- Registrar los sitios de producción ante Agrocalidad.

- Ejecutar el procedimiento de campo descrito en el punto número 3 del presente documento.

Cumplir con los reglamentos y política de la Unión Europea, con los requisitos para moscas de la fruta y con los procedimientos de certificación para la exportación de mango a la Unión Europea.

- Cooperar con la Unión Europea y Agrocalidad para mantener la integridad fitosanitaria del programa de monitoreo y certificación.

- Permitir el acceso al sitio de producción de mangos destinados a la Unión Europea, así como a todos los registros y documentos relativos a las operaciones del enfoque de sistemas.

- Iniciar un programa de trampeo para moscas de la fruta en el sitio de producción con personal capacitado y autorizado por Agrocalidad.

- Notificar inmediatamente a Agrocalidad cualquier irregularidad detectada en la implementación de los requisitos fitosanitarios y tomar acciones correctivas según lo proponga Agrocalidad y/o la Unión Europea de manera oportuna.

- Mantener toda la documentación original y en forma digital, relacionada con la mosca de fruta y otras plagas monitoreadas y actividades de control y proporcionar a petición a Agrocalidad y/o la Unión Europea.

- Asegurar que todas las cajas o empaques para exportación tengan una etiqueta con la información o códigos del sitio de producción, del centro de acopio y del lugar de origen del producto.

Empacadoras

- Recibir fruta fresca de mango sólo de aquellos sitios de producción que cumplan con las condiciones de este enfoque de sistemas.

- Permitir el acceso al empaque, almacenamiento e instalaciones utilizadas para el procesamiento y la exportación de mangos frescos a la Unión Europea, y permitir el acceso a todos los registros y documentos relativos a las operaciones del programa.

- Desarrollar y aplicar un plan de control de plagas e insectos polizontes dentro y fuera de la empacadora, durante toda la campaña de exportación.

- Notificar semanalmente los horarios de empaque de fruta a Agrocalidad para que los inspectores de certificación planeen las actividades de inspección apropiadamente.

- Notificar inmediatamente a Agrocalidad cualquier irregularidad detectada en la implementación de los requisitos fitosanitarios y tomar acciones correctivas según lo proponga Agrocalidad y/o la Unión Europea de manera oportuna.

- Mantener toda la documentación original y en forma digital, relacionada con la mosca de fruta y otras plagas monitoreadas y actividades de control y proporcionar a petición a Agrocalidad y/o la Unión Europea.

- Asegurar que todas las cajas o empaques para exportación tengan una etiqueta con la información o códigos del sitio de producción, del centro de acopio y del lugar de origen del producto.

- No permitirá el ingreso de envíos de mangos que carezcan de la “autorización fitosanitaria de cosecha”.

- No aceptar cargamentos de frutas de mango que fueron rechazados en otras empacadoras.

- Asegurar que las frutas que hayan sido rechazadas durante la verificación documentaria, y/o inspección fitosanitaria, sean retiradas de inmediato de las instalaciones de la empacadora.

Inspección y Certificación Fitosanitaria

El inspector del centro de acopio o empacadora, estará a cargo de cumplir las siguientes actividades: Procedimiento en la recepción de la fruta:

- Verificar la “Autorización fitosanitaria de cosecha”, renovada cada 7 días, emitida por los Inspectores de campo de la entidad encargada del monitoreo, validando el código del lugar de producción, lote de donde llega la fruta y la variedad, comparándolo contra el detalle de los lotes de las fincas monitoreadas, proporcionado por el encargado del monitoreo, y con el listado de lugares de producción.

- Verificar la Guía de Remisión de fruta fresca de mango, emitida por cada sitio de producción, según formato único indicado.

- Constatar que la cantidad de fruta indicada en la “Autorización fitosanitaria de cosecha”, sea la misma que se encuentra en el camión a recibir, tomando en cuenta que en algunos casos llega fruta de diferentes lotes, los cuales deben estar perfectamente identificados. En caso de que no exista la posibilidad de verificar la identificación, se rechazará toda la carga del camión.

- Una vez analizada y aprobada la documentación, se disectará una fruta cada 6 gavetas que ingresen de cada lote a la empacadora, para detectar presencia de larvas de moscas de la fruta y elaborar el Reporte de inspección fitosanitaria de frutos muestreados. Se mantendrá registros del procesamiento de la información.

- Rechazar cargamentos en los cuales se detecta una o más larvas vivas de moscas de la fruta. Comunicar este resultado inmediatamente al Coordinador de la campaña de exportación de mango de AGROCALIDAD.

- Anular la guía de remisión del cargamento rechazado, mediante rayado y entregar al chofer o encargado. En la Guía se deberá indicar que carga fue rechazada.

- Verificar el retiro de los lotes con mangos rechazados, de manera inmediata de la empacadora.

- Solicitar y verificar la limpieza de su área de trabajo, del área de recepción de fruta, retiro de mangos cortados y caídos de los transportes.

Procedimiento en el procesamiento de la fruta:

- Controlar las condiciones fitosanitarias del centro de acopio o empaque y resguardo de la fruta.

- Controlar las condiciones de los medios de transporte y contenedores, material de embalaje, el sellado completo de las cajas de mango (marcas, exportador, códigos), que se realicen en cumplimiento de las normas.

- Controlar el almacenamiento y manejo de embalajes de madera en plantas empacadoras.

- Controlar que los operadores coloquen en cada caja de fruta la etiqueta del exportador y empacadora con los códigos de AGROCALIDAD, para la trazabilidad retrospectiva.

- Controlar mediante muestreos, que los pallets utilizados en los envíos cumplan con los requisitos fitosanitarios de la NIMF 15 “Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”.

- Emitir el reporte de inspección fitosanitario correspondiente previo la verificación de cumplimiento de requisitos fitosanitarios del envío de exportación.

- Controlar el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios establecidos en el enfoque de sistemas para exportación a la Unión Europea. Procedimiento de emisión del certificado fitosanitario de exportación CFE.

- Los certificados fitosanitarios para fruta fresca de mango que otorgue Agrocalidad estarán de acuerdo con el formato aprobado por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria.

- Agrocalidad otorgará el Certificado Fitosanitario de Exportación previa inspección de la fruta fresca de mango a exportar y luego de verificar que el producto se encuentre libre de plagas. Los certificados fitosanitarios serán expedidos únicamente por funcionarios de la Agencia, autorizados para el efecto.

- El Certificado Fitosanitario de Exportación será gestionado a través de la plataforma virtual de la autoridad aduanera y el inspector autorizado del punto de control deberá emitir dicho documento, previo la verificación del cumplimiento de todo el proceso dentro de la misma plataforma.

- Para la emisión de los Certificados Fitosanitarios de Exportación, gestionados a través de la plataforma virtual de la autoridad aduanera, el inspector autorizado deberá verificar: o Pago por el servicio de certificación fitosanitaria de acuerdo al tarifario vigente de la Agencia. o Reporte de Inspección Fitosanitaria físico o digital aprobado.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Este trabajo de titulación se centra en estudiar, analizar y obtener respuestas y determinar resultados óptimos, apoyando en el esclarecimiento de incógnitas que se presenten en el desarrollo de este proyecto.

Fundamental e indispensable es detallar cada método utilizado para el avance de este trabajo investigativo que se realiza en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, en la Facultad de Comercio Exterior. Los métodos deductivos e inductivos son utilizados a lo largo de la investigación y con su uso se logra recabar los datos que se obtuvieron y que fueron analizados.

Por otro lado, el método estadístico descriptivo es utilizado durante el desarrollo del análisis, consiguiendo con esto visualizar el comportamiento de las exportaciones de mango, de demás productos agrícolas y petroleras, sobre el Acuerdo Multipartes Ecuador-Unión Europea (Investigación Descriptiva: Características, Técnicas, Ejemplos, n.d.), se planteó diferencias del antes y después de la firma del acuerdo comercial en exportaciones del mango, a fin de evidenciar si existen diferencias significativas o no.

Así mismo se tiene que la investigación también tiene su parte exploratoria, debido a que se adapta una vez obtenidos los datos vinculados con las exportaciones de mango, derivados, su uso y preferencia en los mercados internacionales, considerando la acogida que actualmente poseen y su desarrollo en los diversos mercados del mundo, por último, se realiza un estudio cuantitativo con la información estadística de las exportaciones, tanto en valor volumen, como a nivel monetario. (Ferrer 2016)

3.2. Enfoque de la investigación

Se utilizaría un enfoque cuantitativo porque se recopila, sistematiza y analiza datos históricos oficiales del Banco Central del Ecuador, con respecto a exportaciones de mango durante marzo 2020 a marzo 2021 con destino a Alemania.

La investigación es también cualitativa porque también se considera ciertas condiciones y circunstancias que pueden influenciar en mayor o menor medida sobre las exportaciones de mango hacia Alemania descritas por las opiniones de especialistas en el área de exportación con empresas de este tipo y que han participado en el periodo analizado en este mercado europeo.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

La técnica de investigación que mejor se ajusta para alcanzar los objetivos previamente establecidos al inicio de este trabajo, serán: entrevistas y datos oficiales de entidades rectoras de la temática de exportación en procura de conocer sobre el comercio exterior de la subpartida del mango entre Ecuador y Alemania durante el periodo de marzo 2020 hasta marzo 2021.

El instrumentos de la entrevista fue la guía de preguntas abiertas, que les permitió a quienes son entrevistados expresar claramente su punto de vista con respecto al acuerdo multipartes Ecuador-Alemania suscrito desde el 2017 y las exportaciones de mango ecuatoriano como producto de análisis de investigación. La recolección de datos de las exportaciones por su parte, serán las estadísticas que se muestran con tablas y figuras para su explicación detallada.

3.4. Muestra

Para la presente investigación se tomó como muestra para la entrevista a dos personas especialistas en el tema de exportación de mango vinculados a Fundación Mango Ecuador, que es donde se encuentran reunidas varias de las grandes empresas exportadoras de este fruto de Ecuador hacia el mundo entero.

Por otro lado, está la parte estadística, tomado de datos oficiales del Banco Central con el monto en peso (toneladas) y FOB (en miles de dólares), para el periodo analizado e histórico a fin de realizar comparaciones y su incidencia entre Ecuador y Alemania con respecto a la comerciaización del mango.

3.5. Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica consiste en la revisión exhaustiva de material bibliográfico existente en bibliotecas o en la web con respecto al tema objeto de investigación. Es uno de los principales y primigenios pasos para cualquier investigación que respete el método científico.

Este tipo de investigación, también llamado documental se constituye como un paso esencial al incluir varias fases como: la observación, la interpretación, la búsqueda, la reflexión y el análisis, y con cada una de estas fases lograr el progreso de cualquier estudio en cualquier ámbito.

3.6. Procesamiento de la información

Los instrumentos que el investigador, o quien haga de sus funciones, selecciona para lograr obtener y determinar datos cualitativos o cuantitativos, es lo que comúnmente se conoce como metodologías y herramientas de investigación.

Existe un método, que, aunque no se utiliza en este caso es necesario mencionarlo y es el de la observación directa para recopilar datos. Este método necesita que el investigador cuente con una amplia experiencia en la temática, pues identificar hechos notables que pudieran ser significativos para explicar una problemática, exige un ojo bien entrenado.

Se menciona algunas herramientas bibliográficas utilizadas:

- Datos del INEC.
- Libros con temática de investigación, sobretodo económico.
- Consultas bibliográficas en el sitio web oficial del Banco Central del Ecuador.

Equipos y tecnologías utilizados durante el procesamiento de datos:

- Computadora portátil Core i5.
- Servicio de Internet por fibra óptica.
- Saldo y megas en equipo móvil celular.
- Flash memory.

- Impresora básica.
- Papelería en general.

Recursos humanos utilizados:

- Estudiante (graduandos).
- Docente (tutor y revisores).

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

Durante esta sección se concentran los esfuerzos del autor para analizar la incidencia del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea (Alemania) y Ecuador en las exportaciones de mango y demás productos agrícolas y no petroleros desde que entró en vigencia, en 2017 y hasta un año previamente.

El Ecuador es un país agroexportador, pero también petrolero, estas características sitúan a las exportaciones de estos productos como el mayor porcentaje de ventas. Las empresas ecuatorianas inmersas en esta temática destinan gran inversión en la implementación tecnologías, especialmente a lo que concierne a la producción de estos bienes y servicios, lo cual se traduce en un hecho simple pero cierto, que es precisamente el sector privado quien dirige una gran parte de la inversión para la producción de estos servicios y bienes.

Además, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a dos profesionales vinculados a las empresas exportadoras de mango de la Fundación Mango Ecuador, para conocer sus opiniones sobre el producto y su participación en el mercado alemán, con sus limitaciones y aciertos y las proyecciones que esperan a futuro.

4.2. Resultados de las entrevistas

Entrevista 1. Representante de empresa exportadora de mango, miembro de Fundación Mango Ecuador.

Nota: El entrevistado solicitó que el proceso sea bajo el anonimato previa autorización de su participación.

1.- ¿Cómo observa el mercado exportador del Ecuador el comportamiento de compra del mercado alemán?

Poco a poco se están abriendo nuevos caminos para el mango ecuatoriano en el mercado alemán, en el 2020 empresas del país participarán en la 28 FERIA Fruit Logística

de Berlín y que se esperaba que en el 2021 repetir aquello, pero la propia organización aplazó la siguiente edición para abril 2022, pero se espera que sea de gran acogida no solo para el consumidor sino también para las empresas importadoras locales y visitantes de otros países a los cuales les interesa conocer más productos, entre ellos el mango del Ecuador.

El mercado alemán está en crecimiento progresivo, principalmente porque los Acuerdos Comerciales con la Unión Europea han brindado mayor ventaja competitiva.

2.- ¿El consumidor alemán tiene algún tipo de preferencia de las variedad que presenta la producción del Ecuador?

Las variedades con las que cuenta el Ecuador es muy amplia y se transforma en una forma de ventaja competitiva porque se brindan opciones al consumidor final sobre sus gustos entre los cítrico y lo dulce que cada una tiene. Hay que recordar que las variedades que produce el país son Tommy Atkins, Haden, Kent, Keith, Ataulfo, Nan Doc May, Francique y Naomi. El más comercializado hacia Alemania es el Tommy Atkins, Haden, Kent y Keith y prefieren las especies de color roja.

El consumidor alemán actual busca siempre productos frescos, naturales, no procesados, porque a partir de ellos pueden ellos tomar las decisiones de su uso como jugos, también como ingredientes para una preparación de comidas en el desayuno o como frutas picadas en el desayuno o brunch.

3.- ¿El acuerdo multipartes ha beneficiado al mercado exportador del mango hacia Alemania?

De alguna manera si, porque con estos acuerdos el Ecuador tiene mejor acceso para la participación de sus productos, entre ellos el mango y del que se puede ingresar con menos trabas y reducción de aranceles que terminan luego encareciendo el productos hacia el consumidor final y lo que esperamos siempre es que este compre cada vez más, observando no solo el precio sino también la calidad de fruta que tenemos en el país de origen.

Todo comercio internacional tiene sus pro y sus contras, pero como empresa siempre debemos manejar el máximo de beneficios para que el comprador vea una ventaja de adquirir lo que tenemos y que se suple las necesidades de demanda.

4.- ¿Se han presentado dificultades en el proceso de venta del mango ecuatoriano hacia Alemania?

En el 2020 por el COVID-19 todo se frenó por unas semanas, no sabíamos qué hacer, porque prácticamente se cerró el mundo y nadie sabía qué hacer y cómo solucionarlo. Pero poco a poco hemos sabido solucionarlo, ya que el comercio internacional se fue adaptando a esta nueva realidad del virus y que poco a poco se ha ido normalizando el consumo en el exterior incluyendo Alemania. Las restricciones fitosanitarias son muy estrictas, por lo que se procura no pasar ningún detalle y que la producción ingresa al mercado alemán sin inconveniente y sin retraso.

5.- ¿Qué proyecciones tienen los exportadores de mango a 5 años con el mercado alemán y el acuerdo multipartes?

Esperamos que la feria de Berlín se reactive y logremos participar junto con otras empresas miembros de la Fundación y que nuestro producto cada vez sea más conocido no sólo en Alemania sino también en el mundo y nuestros indicadores aumenten conforme planteamos empresarialmente.

Entrevista 2. Representante de empresa exportadora de mango, miembro de Fundación Mango Ecuador.

Nota: El entrevistado solicitó que el proceso sea bajo el anonimato previa autorización de su participación.

1.- ¿Cómo observa el mercado exportador del Ecuador el comportamiento de compra del mercado alemán?

El alemán es muy exigente como consumidor, porque espera que la fruta que compra sea natural y refrescante para lo que busca en su diario consumo como frutas picadas, mermelada casera, jugos naturales e incluso para ensaladas, entonces no quiere un producto con gran cantidad de pesticidas ni que demore mucho en madurar, entonces ante esto nos hemos adaptado poco a poco resultando un crecimiento anual bueno como exportadores de esta fruta.

2.- ¿El consumidor alemán tiene algún tipo de preferencia de las variedades que presenta la producción del Ecuador?

Le gusta sobre todo de sabor dulce, y esta las brinda las variedades de Tommy Atkins, Haden, Kent y Keith que son variedades rojas y de tamaño grande. Son las que más solicitan en el mercado alemán y por eso son las que más hectáreas cubren en la producción total del país. Hay que tener en cuenta que en Estados Unidos está nuestro mayor mercado pero Alemania como Unión Europea tiene una notable participación con los años y con las preferencias arancelarias que desde el 2017 se manejan como Ecuador en comercio exterior.

3.- ¿El acuerdo multipartes ha beneficiado al mercado exportador del mango hacia Alemania?

Si, esto nos ha dado la oportunidad de crecer en nuevos mercados como el alemán, porque ellos han podido encontrar más fácilmente nuestros productos naturales como el mango y eso ayuda que los indicadores de exportaciones no petroleras mejoren anualmente, a pesar que el Covid-19 nos limitó durante algunos meses de poder enviar la producción como deseábamos pero ya prácticamente nos hemos normalizado.

4.- ¿Se han presentado dificultades en el proceso de venta del mango ecuatoriano hacia Alemania?

Como en todo proceso de compra-venta existen exigencias de parte y parte, por lo que nos hemos adaptado a lo que el mercado alemán espera, así como también hemos dispuestos nuestras condiciones como vendedores y que se espera rentabilidad. La aceptación de la calidad del producto ha hecho que se igualen de alguna manera las condiciones de venta y compra entre las empresas de ambos países. Siempre debemos cuidar principalmente las condiciones fitosanitarias porque sino el producto es rechazado, impidiéndolo ingresar y que sea devuelto al país de origen, lo que tiene un gran impacto en los costos logísticos y también en la pérdida del producto.

5.- ¿Qué proyecciones tienen los exportadores de mango a 5 años con el mercado alemán y el acuerdo multipartes?

Esperamos seguir creciendo, tanto en lo económico que nos interesa mucho como empresa, sino también con ingresos a nuevos mercados de Europa y también de varias ciudades alemanas. Aun nos falta mucho por crecer y aspiramos que a llegar a lo más alto con el tiempo.

4.2.1. Análisis concluyente de entrevistas

Tabla 4 Análisis concluyente de entrevistas

Pregunta	Conclusión
1.- ¿Cómo observa el mercado exportador del Ecuador el comportamiento de compra del mercado alemán?	El mercado alemán está en crecimiento y Ecuador es más reconocido con su mango.
2.- ¿El consumidor alemán tiene algún tipo de preferencia de las variedad que presenta la producción del Ecuador?	Variedades rojas como la Tommy Atkins, Haden, Kent y Keith. Gusta de productos frescos y naturales.

-
- 3.- ¿El acuerdo multipartes ha beneficiado al mercado exportador del mango hacia Alemania?** Si, es una ventaja para participar con productos con beneficios arancelarios.
- 4.- ¿Se han presentado dificultades en el proceso de venta del mango ecuatoriano hacia Alemania?** Deben ser muy responsables con las condiciones fitosanitarias para evitar sanciones
- 5.- ¿Qué proyecciones tienen los exportadores de mango a 5 años con el mercado alemán y el acuerdo multipartes?** Esperan crecer en el mercado alemán y europeo general.
-

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

4.3. Exportaciones primarias del Ecuador

Para efectos de comparar las cifras que se muestran en las secciones siguientes se han tomado como referencia los 3 últimos años anteriores a la pandemia COVID-19 con la finalidad de contar con datos que no se ven influenciados por esta situación.

La Unión Europea, con unas de sus economías más grandes, la alemana, encabeza uno de los mercados muy relevantes para la exportación de productos cuyo origen es Ecuador. Y el mango que es uno de los productos agrícolas, que desde el 2020, ha tomado impulso, entrando precisamente al mercado alemán. Ahora adentrándose en política internacional se puede decir que El Código Orgánico de la Producción ha cumplido uno de sus objetivos que es lograr que el Ecuador cambiara los procesos que tienen que ver con la política comercial.

Durante la última década, el petróleo, principal producto no renovable, se ha posicionado con el status de principal producto primario de exportación.

Tabla 5 Exportaciones de petróleo y derivado (2016 - 2018). Miles de dólares.

Años	Petróleo crudo	Variación %	Derivados	Variación %	Total	Variación %
2016	6.355.235		304.817		6.660.052	
2017	5.053.000	-20,49	313.700	2,91	5.366.700	-19,42
2018	6.914.000	36,83	469.510	49,67	7.383.510	37,58

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

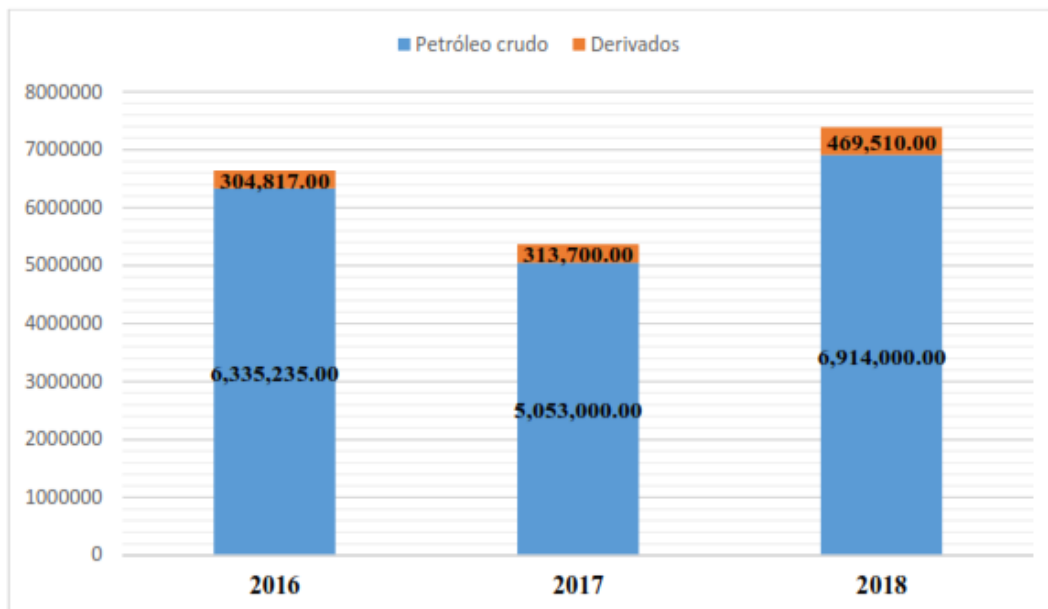


Figura 5 Exportaciones de petróleo y derivado (2016 - 2018). Miles de dólares

Fuente: Exportaciones de petróleo y derivado (2016 - 2018). Miles de dólares. Adaptado del Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

Se evidencia en la tabla 3 y figura 4, un decrecimiento sostenido, pero no profundizado de las exportaciones de petróleo, la causa principal que puede inferirse para tal fenómeno es la caída del precio del barril de petróleo en ese umbral de tiempo, además de la apreciación del dólar. En este sentido se ve lo importante de excluir los años pandemia para entender el problema económico que se detalla a continuación, además

para el 2017 la balanza comercial del país registró una disminución de \$-1.293.352, es decir se traduce en una reducción porcentual de 19,42%.

Por este hecho acaecido en el año en mención, el Estado ecuatoriano decidió implementar provisionalmente la medida de salvaguardias, el objetivo principal para su implementación fue reducir las importaciones, ayudando de esta manera a una recuperación de la balanza comercial, y se logró, debido a esta medida, alcanzar un incremento de \$2.016.810 (en millones de dólares) durante el 2018, con una variación entre los años 2017 y 2018 del 37,58%.

4.4. Beneficios del acuerdo con la Unión Europea.

La Unión Europea, y por ende todos los países que conforman el bloque, entre esos Alemania, hacen cumplir sus objetivos, empleando para esto el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Plus. Este mecanismo, en resumen, permite el ingreso de productos ecuatorianos al bloque económico con un arancel 0%, esto se traduce en una mayor competitividad de productos ecuatorianos.

Si se tiene que indicar un objetivo principal del SGP Plus, se puede indicar que este es lograr que los países en vías de desarrollo como el nuestro aumenten los ingresos de exportación, con estas ganancias a su vez promover su semi o completa industrialización, acelerando de esta manera su crecimiento. La cobertura de este mecanismo comercial es para: productos agrícolas, cosechados o productos fabricados en el país exportador y productos fabricados o compuestos de insumos importados o materia de origen desconocido.

Para el caso ecuatoriano se debe indicar que solo el 45,6% de las exportaciones ingresaron a la Unión Europea con el arancel 0%, y el 14,8% tuvo algún tipo de acceso preferencial pero diferente de 0%.

Para este punto, históricamente, el Banco Central del Ecuador no registra exportaciones de mango hacia Alemania, pero este análisis realizado describe fielmente la situación del país hasta ese entonces.

4.5. Comercio entre la Unión Europea (Alemania) y Ecuador.

Estados Unidos constituye un socio petrolero principal para Ecuador, y la Unión Europea, un socio no petrolero, a este último se le destinan el 25% del total de las exportaciones del Ecuador, esto en dólares representa \$2.700 millones al año, de estos alrededores del 12% es dirigido hacia su economía más grande, es decir Alemania.

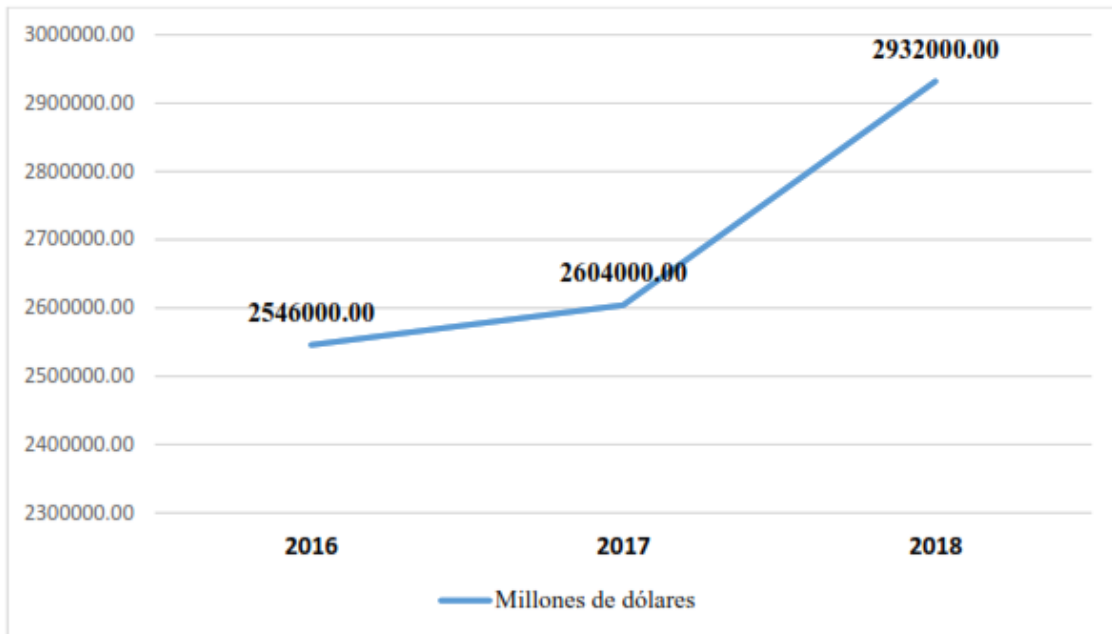


Figura 6 Exportaciones a la Unión Europea (Alemania) en millones de dólares.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

En los años analizados las exportaciones hacia la Unión Europea han reflejado cifras alentadoras. La figura 5 muestra que el valor más elevado corresponde al año 2018, evidenciándose un pico de 2,932 millones de dólares. En ese año los principales productos exportados fueron: banano, camarón, enlatados de pescado y flores naturales, con 29%, 23%, 22% y 6% respectivamente.

Tabla 6 Balanza Comercial desde que entró en vigencia el Acuerdo Comercial (millones de dólares).

Año	Millones dólares	Variación %
2016	1.187	
2017	1.115	-6,07
2018	970	-13,00

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

Conforme al análisis realizado previamente, el comercio entre Ecuador y la Unión Europea, sufrió una baja significativa durante el año 2012, pero en el 2014 se evidenció una recuperación, manteniendo el saldo positivo al año 2015. En 2016 la mejoría fue más notoria mostrando un saldo de \$1,187 millones de dólares.

Precisamente en el 2017, fue el año en que entró en vigencia el Acuerdo Comercial Multipartes, en 2017 se registra el saldo de la balanza comercial de \$1,115 millones, lo que se traduce en una reducción del 6,07% con base al año 2016, efecto igual ocurrió en 2018, para este último caso la cifra disminuyó 13,00% - saldo \$970 millones de dólares.

4.6. Exportación de mango desde el Ecuador a Alemania.

El mercado ecuatoriano exportador de mango tiene una notable participación a nivel mundial, ya que tiene diferentes destinos en los distintos continentes, siendo el principal comprador Estados Unidos con el 94,10% de la demanda total de la fruta ecuatoriano, seguido por Canadá con el 2,59% y luego Europa, que es donde se encuentra Alemania, con el 1,33% de participación para el 2021.

La tendencia de consumo ha sido muy variable, en donde las campañas del 2020 y el 2021 han tenido una contracción del -4,09% y -5,33% respectivamente en relación a la campaña que la antecede. Las circunstancias de la pandemia son las de mayor impacto, dado que se limitaron los accesos y las importaciones de productos no esenciales.

Tabla 7 Exportaciones históricas de mango del Ecuador

MERCADOS DE DESTINO	CAMPAÑA 2.017 - 2.018	% POR DESTINO	CAMPAÑA 2.018 - 2.019	% POR DESTINO	CAMPAÑA 2.019 - 2.020	% POR DESTINO	CAMPAÑA 2.020 - 2.021	% POR DESTINO
ESTADOS UNIDOS	12,516,985	91.46%	12,319,698	91.32%	11,997,392	92.72%	11,527,440	94.10%
EUROPA	172,96	1.26%	186,013	1.38%	269,077	2.08%	163,477	1.33%
CANADA	421,382	3.08%	487,496	3.61%	394,888	3.05%	317,153	2.59%
MEXICO	81,48	0.60%	109,76	0.81%	102,285	0.79%	100,958	0.82%
NUEVA ZELANDA	256,784	1.88%	217,468	1.61%	84	0.65%	100,8	0.82%
CHILE	201,6	1.47%	127,68	0.95%	46,032	0.36%	0	0.00%
CHINA	2,048	0.01%	2,779	0.02%	91	0.00%	0	0.00%
OTROS	31,88	0.23%	40,52	0.30%	45,92	0.35%	40,4	0.33%
TOTAL CJS.4KG	13,685,119	100.00%	13,491,414	100.00%	12,939,685	100.00%	12,250,228	100.00%
			-1.42%		-4.09%		-5.33%	

Fuente: Fundación Mango Ecuador (2022)

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

El mercado de Europa, que es el de interés de la investigación muestra un comportamiento muy cambiante, antes y después del inicio del Acuerdo Multipartes entre Unión Europea y Ecuador, donde la campaña 2019-2020 fue la mejor participación con un 2,08% de la demanda total exportable del mango ecuatoriano, pero que se redujo a un 1,33% para el siguiente año. Esto demuestra que el acuerdo aun no tiene todos los beneficios deseados, pero que se puede trabajar sobre ello para incrementar su expansión en el mercado. Las cajas que se exportan son de 4kg y en el 2020 se exportaron 12.939.685 cajas a nivel mundial, mientras que para el 2021 fue de 12.250.228 cajas.

La tabla 7 muestra las exportaciones de mango ecuatoriano hacia Alemania, las exportaciones iniciaron y mantuvieron una tendencia constante y muy marcada dependiendo de las cosechas en los meses tradicionales, teniendo para otros meses del año no considerados cosecha, valores en cero para este producto.

Tabla 8 Evolución de las exportaciones de mango con Alemania marzo 2020 – marzo 2021.

Años	Meses	Millones dólares	Variación %	
2020	marzo	-	-	
	abril	32,6	1,98	
	mayo	-	-	
	junio	-	-	
	julio	-	-	
	agosto	-	-	
	septiembre	-	-	
	octubre	-	-	
	noviembre	-	-	
	diciembre	0,6	0,96	
	2021	enero	-	-
		febrero	-	-
marzo		-	-	

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

De acuerdo a lo expuesto en la tabla 7, las exportaciones de mango hacia Alemania han ido evolucionado de a poco en un año de pandemia donde las actividades económicas no esenciales sufrieron detenimientos drásticos producto de las cuarentenas estrictas y emergencia sanitaria posterior, llegando a tener un saldo de apenas 0.6 millones de dólares en este último año lo que representa un aumento apenas del 0,96%, este resultado es atribuido a que la demanda del mango es aún incierta puesto que es un producto de reciente entrada y de las circunstancias acaecidas con la pandemia.

Es importante mencionar que la producción agrícola del Ecuador ha mostrado una tendencia creciente sostenida en el periodo analizado (pre pandemia), registrando 100.871.770 mil millones USD en 2016, a \$102.057.453 mil millones USD en 2018, lo que se traduce en una variación del 4,35% respecto al año base 2017.

Tabla 9 Importación de Alemania de mango y otras frutas del Ecuador. Periodo 2020

Código del producto	Descripción del producto	Alemania importa desde Ecuador						
		Valor 2020, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020, %, p.a.	Participación en las importaciones de Alemania, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Alemania	Cantidad importada en 2020	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)
'0804	Dátiles, higos, piñas "ananás", aguacates "paltas", guayabas, mangos y mangostanes, frescos ...	7025	4	1	0	6880	Toneladas	1021

Fuente: Trademap (2022)

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

En el 2020, las frutas en las que se incluye el mango, tuvo una importación por parte de Alemania de 6.880 toneladas con un valor estimado de US\$ 7.025 millones y que muestra que esta fruta como otras más de esta partida, no tiene arancel Ad valorem.

Debido al impacto de la crisis mundial en años anteriores, y de la emergencia sanitaria, la producción nacional anual y por ende la economía, se contrajeron. Sin embargo, luego de algunos meses en que la aplicación masiva de vacunas hace prever un fin cercano de la pandemia, Ecuador está en proceso de reactivar su economía principalmente porque se mejoraron las condiciones de salud y también las climáticas para los productos agrícolas y el mercado internacional tiende a estabilizarse.

Tabla 10 Participación del PIB del mango en el PIB total (miles de dólares).

Años	PIB Total	Participación del mango en el PIB (%)
2020	97.802.560	0,085
2021	102.057.453	0,009

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Mora, A. y Mora, B. (2022)

La producción de mango del Ecuador exportable en los últimos años ha tenido poca participación en el PIB total. En el 2020 el porcentaje de participación del mango en el PIB fue de 0,085% y para el 2021 decrece en un 0,009% en relación al año anterior debido a los problemas con la balanza comercial y la pandemia. Pese Acuerdo Comercial en vigencia, la participación del mango en el PIB aún no es significativa, pero se prevé que se vaya afianzando en diversos mercados y no solo en Alemania sino en los demás países que conforman la Unión Europea.

4.7. Discusión

Tomando en cuenta las evidencias de la investigación, se puede discutir que se ha conocido las características de la producción de mango en el Ecuador, las cuales se centra la producción en Guayas y Los Ríos, y la época de cosecha está entre los meses de octubre a enero y la calidad es considerada muy buena para los parámetros de exportación.

En el caso de las entrevistas se pudo conocer que el mercado alemán tiene una visión alentadora para ir creciendo anualmente en referencia a la comercialización del mango ecuatoriano, además que se conoce los tipos de variedades que más tienen como preferencia de consumo y que orienta a los productores a saber lo que deben considerar al momento de cultivar y cosechar.

Las exportaciones de Ecuador a Alemania del mango mostraron que las actividades económicas no esenciales sufrieron trabas radicales producto de las cuarentenas estrictas y emergencia sanitaria posterior por la pandemia del Covid-19 entre abril y diciembre de 2020, llegando a tener un saldo de apenas 0.6 millones de dólares, lo que representa un aumento apenas del 0,96%, atribuyendo este resultado a que la demanda del mango es aún incierta puesto que es un producto de reciente entrada en este mercado.

Existe una feria internacional de fruta que se realiza en Alemania, que es la Fruit Logística de Berlín, la cual la última se realizó en el 2021 y que este 2022 se espera la edición 29 y se convierte en una oportunidad para que las empresas exportadoras de mango participen y que se apoyen de del Gobierno de Ecuador para mostrar esta fruta a mayor escala.

El cumplimiento de las normas fitosanitarias y certificaciones son muy importantes para la Unión Eruopea de donde es miembro Alemania, con lo que Ecuador con sus empresas deben considerar para exportar contar con Global Gap, HACCP, ISO, Logo orgánico de Alemania (Bio-Siegel), junto con cumplir con las regulaciones como el control de contaminantes de alimentos, los Límites Máximos de Residuos de Plaguicidas y de Productos Ecológicos (Orgánicos).

CONCLUSIONES

Durante el tiempo analizado se concluye que en la Unión Europea y principalmente en Alemania han predominado las exportaciones de banano, como producto agrícola proveniente de Ecuador, la UE registra el 27% de representatividad, estadística que se ve principalmente influenciada por el 2018, último año de estudio. De este porcentaje de 27%, el 12% representa a una de las mayores economías del bloque que es Alemania. Lo cual hace prever que las exportaciones de mango con el tiempo se incrementen debido a cierta preferencia por productor agrícolas provenientes del país.

Se evidencia un aporte poco significativo de las exportaciones de mango a la UE y Alemania en el Producto Interno Bruto del Ecuador, en el año 2020 es el año de más alto porcentaje en el estudio que se ha realizado, sin ser esta cifra una considerable pues es un producto de reciente entrada, ya que registra un aporte del 0,085% mientras que para el año 2021 disminuyó a 0,009% esto sucedió por los factores ya explicados anteriormente como la pandemia.

Se concluye que un solo mercado aporta casi el 1% a la economía nacional ecuatoriana, considerando a los productos agrícolas en su conjunto. Por ende, el acuerdo comercial con la Unión Europea tiene dos lecturas aparentemente distintas, aunque no es el caso, la primera es que es beneficiosa para las exportaciones de productos agrícolas en general por la apertura comercial y la segunda es que puede no ser suficiente puesto que los demás países exportadores de productos iguales o sustitutos toman medidas al respecto, perjudicando a las exportaciones ecuatorianas. Aunque el mango podría tener un mercado aún por explorar sin evidenciar todavía un techo o pico de exportaciones, que seguramente se dinamizará una vez que la economía alemana y demás lleguen a la reactivación plena.

Aunque la exportación de mango aún no se ha afianzado, todo hace prever que cuando las cifras de exportaciones sean significativas, la balanza comercial de mango entre Ecuador y Alemania será siempre netamente positiva ya que Ecuador no importa mango desde Alemania, pero sí podría exportar una gran cantidad.

RECOMENDACIONES

Un mercado importante en la UE es Rusia por ser muy grande y por ende importante para Ecuador, que ha sido captado para las exportaciones de banano, esto debido, entre muchos factores, a la alta demanda por su clima y escasa producción de ciertos productos agrícolas, que, aunque no produce sí consume, merced a este antecedente, analizando el caso de Rusia, y emulando lo hecho con este país y con una campaña de incentivos y marketing estratégico podría el mango también ser altamente demandado por otro grande la UE como es Alemania, teniendo en consideración que estos países comparten ciertas similitudes en factores climáticos.

Se recomienda que el Ministerio de Comercio Exterior y demás instituciones que tengan competencia en la temática, socialicen los beneficios del acuerdo comercial con la Unión Europea, con mayor énfasis con las pymes de mango del país.

Es importante que esta fruta siga con su participación en ferias internacionales para abrir nuevos mercados, en los que se puede conocer que cada vez es más atractivo por el consumo saludable y alimentos orgánicos que también se lo obtiene del mango.

Desarrollar estrategias comerciales, en la que se cree ventaja competitiva sobre Brasil que es el principal líder del mercado de mango.

Se prima la idea de tener laboratorios ecuatorianos estudien las plagas y enfermedades del mango para disminuir los riesgos de pérdidas en época de cosecha.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana. (2016). *www.aduana.gob.ec/consulta-de-clasificacion- arancelaria/*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/consulta-de-clasificacion- arancelaria/>
- AGROCALIDAD. (1 de Septiembre de 2020). *Enfoque de sistemas para la exportación de fruta fresca de mango desde Ecuador continental hacia los países que conforman la Unión Europea*. Obtenido de Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario: https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/a.Anexo_1937_Enfoque_sistemas.pdf
- Asamblea Nacional. (2015). *Código orgánico de la producción*, (Issue 26).
- Bajo, O. (2015). *Teorías del Comercio Internacional*. . Barcelona.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Exportaciones no petroleras del Ecuador a la Unión Europea*. Informe anual, BCE, Departamento de Índices Estadísticos, Quito.
- Barahona, M. (2016). *COCO, PEJIBAYE GUAYABA, FRUTICULTURA ESPECIAL*. San Jose de costa rica.
- Barrionuevo, B. (2014). *ANALISIS DE LAS EXPORTACIONES DE PALMITO* . Ecuador.
- Chacholides, M. (1980). Principales teorías del comercio internacional. *Comercio Exterior*, 2. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008. *Incluye Reformas*, 1–136. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Comercio. (Febrero de 2019). Las exportaciones ecuatorianas crecieron en el 2018. *El Comercio*.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (13 de Febrero de 2020). *Super Foods Perú*. Obtenido de Super Foods Perú: <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-mango>

- Cueva, D. (2017). *Acuerdo comercial: Ecuador-Unión Europea*. .
- Dejuán, Ó. (2018). *Nicholas Kaldor: Crecimiento, Distribución, Cambio Técnico. Cambios distributivos tras una aceleración del crecimiento económico*. Artículo científico, Universidad de Castilla - La Mancha, Escuela de Investigación de Comercio Internacional, Albacete.
- Diario del Exportador. (4 de Agosto de 2014). *Algunos motivos para exportar*. Obtenido de Diario del Exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2016/06/algunos-motivos-para-exportar.html>
- Diario El Telégrafo. (26 de Julio de 2018). El clima adelantará la cosecha de mango. *Diario El Telégrafo*, pág. 1.
- Espacio, R. (abril de 2017). *revistaespacios.com*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/a17v38n58p26.pdf>.
- Espinosa, R. (22 de Octubre de 2017). *Ventaja competitiva: Qué es, claves, tipos y ejemplos*. Obtenido de Roberto Espinosa web site: <https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>
- Euroshow. (2018). *Acuerdo Comercial con la Unión Europea: resultados positivos para el Ecuador*.
- Fabre, E. G. (2018). *Instructivo de creacion centros de desarrollo empresarial ciudadano*. 1–45.
- Farías, D. (16 de Marzo de 2019). *Universidad Tecnológica Israel*. Obtenido de Repositorio : <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1950/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2019-028.pdf>
- Ferrer., G. G. (2016). *Investigación Comercial 4º Edición* . Madrid-España: Esic Editotial.

- Fundación Mango Ecuador . (5 de Noviembre de 2021). *Fundación Mango Ecuador* .
Obtenido de Fundación Mango Ecuador : <https://mangoecuador.org/areas-cultivo.php>
- Fundación Mango Ecuador. (1 de Noviembre de 2021). *Acerca de la Fundación Mango Ecuador*. Obtenido de Fundación Mango Ecuador: <https://mangoecuador.org/fundacion-mango-ecuador.php>
- Fundación Mango Ecuador. (31 de Enero de 2022). *Estadísticas históricas de exportación de mango del Ecuador*. Obtenido de Fundación Mango Ecuador: <http://mangoecuador.org/reporte-exportaciones-historico-mango-ecuador.php>
- Gazol Sánchez, A. (2016). *Libre comercio: tratados y nuevo orden*. Mexico: Economíaunam.
- González, I., Martínez, A., Otero, M., & González, E. (2014). *Gestión del comercio exterior. 3a edición*. Madrid: ESIC.
- González, M. E. (2015). *Políticas de desarrollo económico en un mercado globalizado*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa de Maestría en Comercio Internacional y Desarrollo Económico. México D.F.: UNAM.
- Guido Acosta, M. (2016). *ECUADOR Y SU FUTURO EN EL* . Ecuador: Universidad ECOTEC.
- Investigación comercial 4ª ed. - Gemma García Ferrer - Google Libros*. (n.d.). Retrieved February 11, 2022, from <https://books.google.com.ec/books?id=GoTuDAAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. (n.d.). Retrieved February 11, 2022, from <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Lifeder. (mayo de 2020). *lifeder.com*. Obtenido de Lifeder. (mayo de 2020). lifeder. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva>
- Lizarzaburo, G. (18 de Diciembre de 2019). Temporada de mangos: Conoce las cuatro variedades más vendidas . *Diario Expreso*, pág. 1.
- LOEPS. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del sector popular y*

solidario. 50.

López, J. F. (1 de diciembre de 2018). *Economipedia.com*. . Obtenido de José Francisco López. (1 de Diciembre de 2018). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>

Muñoz, L. (22 de Febrero de 2019). *Universidad Politécnica Estatal del Carchi*. Obtenido de Repositorio : <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/712/1/436%20Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20exportaci%C3%B3n%20de%20mango%20variedad%20tommy%20atkins%20de%20la%20Asociaci%C3%B3n%20ASOPROVALLE%20del%20cant%C3%B3n%20Ambuqui.pdf>

Negociación para el comercio internacional - Cristina Peña Andrés - Google Libros. (n.d.). Retrieved February 11, 2022, from <https://books.google.com.ec/books?id=CjrBDQAAQBAJ&pg=PA19&lpg=PA19&dq=Es+necesario+acordar+los+términos+de+las+relaciones+contractuales+además+de+generar+diferentes+escenarios+comerciales,+definir+las+reglas+explícitas+del+trabajo,+los+modos&source=bl&ots=fA6sMt4r3J&sig=ACfU3U0sSnI4ZLcUL- ZA0npMdf7qZEaXEg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjql oflsfj1AhU8STABHVR YAy8Q6AF6BAgCEAM#v=onepage&q=Es+necesario+acordar+los+términos+de+las+relaciones+contractuales+además+de+generar+diferentes+escenarios+comerciales%2C+definir+las+reglas+explícitas+del+trabajo%2C+los+modos&f=false>

OMC. (2017). *Los Acuerdos de la OMC El Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio y sus Anexos*. https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtoagreement_s.pdf

Oros Avilés, L. J. (2015). Análisis comparativo del modelo HECKSCHER-OHLIN y la teoría de LINDER. *Tiempo Económico*, *X*(29), 49–66.

Ortiz, M. F. (2016). *ecuadorexporta.org*. Obtenido de http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_del_palmito_2009.pdf,

Pedraza, O. (2014). *Modelo del Plan de Negocios: Para Micro y Pequeña Empresa*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.

- Periódico digital ECA. (23 de Julio de 2018). *Ecomercio Agrario*. Obtenido de ECA: <https://ecomercioagrario.com/ecuador-exporta-el-92-de-su-mango-a-estados-unidos/>
- PROECUADOR. (2020). *proecuador.gob.ec*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>
- REGLAMENTO AL TITULO FACILITACION ADUANERA DEL CODIGO DE PRODUCCION*, 1 (2015) (testimony of Registro Oficial Suplemento De).
- Regímenes Aduaneros – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. (n.d.). Retrieved February 11, 2022, from <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- República.ec, L. (2015). *La república.ec*. Obtenido de <https://www.larepublica.ec/blog/2014/07/07/ecuador-y-union-europea-inician-cuarta-ronda-de-negociaciones>
- Revista Líderes. (10 de Julio de 2018). En EE.UU. se saca el jugo a los mangos ecuatorianos. *Revista Líderes*, 4. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ee-uu-saca-jugo-mangos.html>
- Roig, C. (Julio de 2019). Industria 4.0: La cuarta (re) evolución industrial. *Revista de Negocios Internacionales ESADE Business School*, 15(7), 81.
- Ruiz, A. (3 de Enero de 2008). *Elaboración de perfiles de mercado para las empresas exportadoras del sector farmacéutico*. Obtenido de BVS: http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_4_07/aci151007.html
- Saenz, A. (2016). *Tratados Comerciales*.
- Sarquis, A. (2002). *Barreras arancelarias y no arancelarias*. 18. <http://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/derecho/girotto.pdf>
- Smith, A. (1776). *La Riqueza de las naciones : libros I-II-III y selección de los libros IV y V* (p. 818). http://catleg.ub.edu/record=b1571821~S1*cat
- TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*. (n.d.). Retrieved February 11, 2022, from <https://es.slideshare.net/rubencervanteshernandez/teoras-del-comercio-internacional-43588800>

Trademap. (11 de Marzo de 2022). *Importación de partida 0804 de Alemania a Ecuador*.
Obtenido de Trademap:
<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c218%7c%7c0804%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c%7c1>

Universo, E. (2016). *www.eluniverso.com*. Obtenido de
<https://www.eluniverso.com/noticias/2016/11/11/nota/5897812/ecuador-firma-acuerdo-comercial-multipartes-union-europea>

Vicepresidencia.org.ec. (11 de noviembre de 2017). Obtenido de
<https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-la-union-europea/>

ANEXOS

Anexo 1 Formato de guía de preguntas de entrevista

1.- ¿Cómo observa el mercado exportador del Ecuador el comportamiento de compra del mercado alemán?

2.- ¿El consumidor alemán tiene algún tipo de preferencia de las variedad que presenta la producción del Ecuador?

3.- ¿El acuerdo multipartes ha beneficiado al mercado exportador del mango hacia Alemania?

4.- ¿Se han presentado dificultades en el proceso de venta del mango ecuatoriano hacia Alemania?

5.- ¿Qué proyecciones tienen los exportadores de mango a 5 años con el mercado alemán y el acuerdo multipartes?

Anexo 2 Variedades de mangos en el Ecuador

