

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid 19”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Tayán Juma Evelin Nataly

Haga clic aquí para escribir texto.

TUTOR: MSc. López Cadena Julio Iván

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Tayán Juma Evelin Nataly con el número de cédula 100380391-1 ha elaborado el trabajo de titulación: “Oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid 19”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f.....
MSc. López Cadena Julio Iván
TUTOR

f.....
MSc. Ruiz Rivadeneira Germán Georing
LECTOR

Tulcán, mayo de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Tayán Juma Evelin Nataly con cédula de identidad número 100380391-1 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Tayán Juma Evelin Nataly

AUTORA

Tulcán, mayo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Tayán Juma Evelin Nataly declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid 19” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Tayán Juma Evelin Nataly

AUTORA

Tulcán, mayo de 2022

AGRADECIMIENTO

Al finalizar una de las etapas más importantes de mi vida, agradezco a Dios por todas las pruebas y obstáculos que ha puesto en mi camino y la vez por la fortaleza que me ha brindado para sobrellevar estas y salir triunfante.

A mi padre, Luis Tayán que me ha brindado su cariño, apoyo y consejos durante toda mi vida haciendo de mí una mujer de bien, independiente, con valores y que trabaja arduamente por conseguir lo que desea, usted es mi ejemplo de vida y valoro todo su esfuerzo.

A mi madre, María Juma que a pesar de las circunstancias difíciles que hemos atravesado me ha brindado su apoyo y consejos como dice siempre “por mi bien”, admiro su fortaleza.

A mis hermanos, Christian, Azucena y a mi sobrina Cielito que pese a la distancia me han demostrado su cariño y apoyo de una u otra forma.

A mi segundo padre, Paul Murtha por la confianza, el apoyo y el cariño brindado durante tantos años y por haber bendecido mi vida con ángeles como Benjamín Curtis y su familia a quienes agradezco este y muchos logros en mi vida.

Por su guía y apoyo en la elaboración de la presente investigación a mi tutor Msc. Julio López, lector Msc. Germán Ruiz y quienes me apoyaron incondicionalmente en todo este proceso.

A los especialistas y empresas del sector agrícola de la Provincia del Carchi por la colaboración, el tiempo brindado y la cortesía ante las dudas propuestas.

Agradezco a mi limitado pero selecto grupo de amigos y ahora colegas de la universidad con quienes trabajé y viví experiencias inolvidables y finalmente a todos quienes estuvieron ahí con su apoyo, con palabras de ánimo, comprensión, paciencia que creyeron en mi capacidad y potencial para lograr esta meta tan anhelada.

Evelin Tayán Juma

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado a mi padre, Luis Tayán por todo el apoyo, el cariño, los consejos y enseñanzas durante mi vida y sobre todo en el transcurso por la universidad, para mí es y será muy importante contar con usted en todo momento.

A mí, porque, aunque desde el inicio fue un cambio drástico todo este proceso, pues me adapté con facilidad y logré a través de triunfos y fracasos diarios probarme a mí misma que soy suficientemente capaz de conseguir lo que deseo, con seguridad, constancia, esfuerzo, honestidad y respeto primero hacia mí y luego los demás.

La dedicatoria especial es a la memoria de la Dra. Muelle Curtis que a través de su legado inspiro a su familia a apoyar a muchas personas y que puedan cumplir sus metas, infinitas gracias a ustedes lo logré y espero retribuir en el futuro a tanta generosidad.

A toda mi familia por demostrarme su apoyo en esta etapa de muchos retos, pero de grandes gratificaciones.

Mucha gracias y bendiciones para todos ustedes, anhelo seguir contando con su apoyo, confianza y cariño por siempre.

Evelin Tayán Juma

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN.....	1
I. PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.4.1. Objetivo General.....	10
1.4.2. Objetivos Específicos.....	10
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	10
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
2.2. MARCO TEÓRICO.....	20
III. METODOLOGÍA.....	37
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	37
3.1.1. Enfoque.....	37
3.1.1.1. Enfoque cualitativo.....	37
3.1.1.2. Enfoque cuantitativo.....	38
3.1.2. Tipo de Investigación.....	39
3.2. IDEA A DEFENDER.....	41
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	42
3.3.1. Definición de las variables.....	42
3.3.2. Operacionalización de las variables.....	43
3.3.2.1. Variable independiente.....	43
3.3.2.2. Variable dependiente.....	48

3.4.	MÉTODOS UTILIZADOS	51
3.4.1.	Métodos.....	51
3.4.2.	Técnicas.....	52
3.4.3.	Análisis Estadístico	53
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	56
4.1.	RESULTADOS DE FUENTES SECUNDARIAS	56
4.1.1.	Principales productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico	57
4.1.2.	Selección de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico ...	59
4.1.3.	Análisis de la demanda mundial de los 5 productos que refuerzan el sistema inmunológico.....	59
4.1.4.	Análisis de las exportaciones u oferta del Ecuador de los 5 productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico	68
4.1.5.	Criterios de selección del producto	77
4.1.6.	Estudio de mercado	79
4.6.1.1.	Estudio de mercado del aguacate.....	79
4.6.1.1.2.	Exportaciones de aguacate del Ecuador al mercado internacional	80
4.6.1.1.3.	Principales importadores de aguacate a nivel mundial	81
4.6.1.1.4.	Principales exportadores de aguacate a nivel mundial.....	82
4.6.1.1.5.	Análisis e interpretación de datos.....	82
4.6.1.1.6.	Diagnóstico de las oportunidades de mercado del aguacate	84
	Indicadores sociales de Estados Unidos, España y Países Bajos.	84
	Indicadores políticos de Estados Unidos, España y Países Bajos.	89
	Indicadores económicos Estados Unidos, España y Países Bajos.....	97
4.6.1.1.7.	Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM de Estados Unidos, España y Pases Bajos.	99
4.6.1.1.8.	Matriz POAM de Estados Unidos, España y Pases Bajos.	102
4.6.1.1.9.	Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, España y Países Bajos.....	104

4.6.1.2.	Estudio de mercado de la cebolla	105
4.6.1.2.2.	Exportaciones de cebolla del Ecuador al mercado internacional.....	106
4.6.1.2.3.	Principales importadores de cebolla a nivel mundial.....	106
4.6.1.2.4.	Principales exportadores de cebolla a nivel mundial	107
4.6.1.2.5.	Análisis e interpretación de datos.....	108
4.6.1.2.6.	Diagnóstico de las oportunidades del mercado de la cebolla.....	109
	Indicadores sociales de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.	110
	Indicadores políticos de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.	114
	Indicadores económicos de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.	123
4.6.1.2.7.	Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.....	125
4.6.1.2.8.	Matriz POAM de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.	127
4.6.1.2.9.	Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.....	129
4.6.2.	Consumo Nacional Aparente (CNA) en Países Bajos y Estados Unidos.....	130
4.6.3.	Demanda insatisfecha de consumo en Países Bajos y Estados Unidos.....	132
4.6.4.	Segmentación de los mercados seleccionados.....	133
4.6.4.1.	Segmentación del mercado de Países Bajos.	134
4.6.4.1.1.	Tendencias de consumo en Países Bajos.....	135
4.6.4.1.2.	Perfil del consumidor de Países Bajos.	136
4.6.4.1.3.	Población del mercado segmentado en Países Bajos y proyección.	136
4.6.4.2.	Segmentación del mercado de Estados Unidos.	137
4.6.4.2.1.	Tendencias de consumo en Estados Unidos.....	138
4.6.4.2.2.	Perfil del consumidor de Estados Unidos.	139
4.6.4.2.3.	Población del mercado segmentado en Estados Unidos y proyección.....	140
4.6.5.	Análisis de la oferta exportable del aguacate y la cebolla.....	141
4.6.5.1.	Producción nacional.....	142
4.6.5.1.1.	Producción nacional de aguacate.	142

4.6.5.1.2.	Producción nacional de cebolla.....	143
4.6.5.2.	Producción dentro de la provincia del Carchi.....	145
4.6.5.2.1.	Producción de aguacate en el Carchi.....	145
4.6.5.2.2.	Producción de cebolla en el Carchi.	146
4.6.5.3.	Exportaciones de los dos productos agrícolas.	147
4.6.5.3.1.	Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de aguacate.....	148
4.6.5.3.2.	Proyección de las exportaciones de aguacate carchense en toneladas.	149
4.6.5.3.3.	Empresas del sector exportador de aguacate de la provincia del Carchi. .	150
4.6.5.3.4.	Destinos de las exportaciones de aguacate de la provincia del Carchi.	151
4.6.5.3.5.	Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de cebolla.....	151
4.6.5.3.6.	Proyección de las exportaciones de cebolla carchense en toneladas.	152
4.6.5.3.7.	Empresas del sector exportador de cebolla de la provincia del Carchi.	153
4.6.5.3.8.	Destinos de las exportaciones de cebolla de la provincia del Carchi.	154
4.6.6.	Análisis de la competitividad internacional de los productos agrícolas.....	155
4.6.6.1.	Competidores del Ecuador en los mercados objetivos.	155
4.6.6.1.1.	Ranking de países exportadores de aguacate hacia Países Bajos.....	155
4.6.6.1.2.	Ranking de países exportadores de cebolla hacia Estados Unidos.	156
4.6.6.2.	Índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR).....	158
4.6.6.2.1.	Índice de ventaja comparativa revelada en Países Bajos.	160
4.6.6.2.2.	Índice de ventaja comparativa revelada en Estados Unidos.	162
4.6.6.3.	Índice de Grubel-Lloyd (IGL).	165
4.6.6.3.1.	Aplicación del Índice de Grubel-Lloyd en Países Bajos y Estados Unidos.	165
4.6.6.4.	Indicador de competitividad de Fajnzylber.....	168
4.6.6.4.1.	Competitividad de los dos productos agrícolas en los mercados objetivo en base al indicador de Fajnzylber	170
4.6.6.4.2.	Competitividad del aguacate ecuatoriano en Países Bajos.....	170

4.6.6.4.3. Competitividad de la cebolla ecuatoriana en Estados Unidos.....	172
4.7. RESULTADOS DE FUENTES PRIMARIAS	175
4.7.1. ENTREVISTAS.....	175
4.8. DISCUSIÓN	187
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	200
5.1. CONCLUSIONES	200
5.2. RECOMENDACIONES.....	203
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	207
V. ANEXOS	215

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Demanda de naranja en miles de USD a nivel mundial.....	60
Gráfico 2: Demanda de naranja en toneladas a nivel mundial	61
Gráfico 3: Demanda de fresas en miles de USD a nivel mundial	62
Gráfico 4: Demanda de fresas en toneladas a nivel mundial.....	62
Gráfico 5: Demanda de aguacate en Miles de USD a nivel mundial	63
Gráfico 6: Demanda de aguacate en toneladas a nivel mundial.....	64
Gráfico 7: Demanda de brócoli en Miles de USD a nivel mundial.....	65
Gráfico 8: Demanda de brócoli en toneladas a nivel mundial	66
Gráfico 9: Demanda de cebolla en Miles de USD a nivel mundial.....	67
Gráfico 10: Demanda de cebolla en toneladas a nivel mundial	67
Gráfico 11: Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos	90
Gráfico 12: Balanza comercial Ecuador – España	91
Gráfico 13: Balanza comercial Ecuador - Países Bajos	92
Gráfico 14: Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos	116
Gráfico 15: Balanza Comercial Ecuador - Canadá.....	117
Gráfico 16: Balanza Comercial Ecuador – Reino Unido	118
Gráfico 17: Segmentación de mercado, Países Bajos	134
Gráfico 18: Segmento específico de consumo de aguacate en Países Bajos.....	134

Gráfico 19: Segmentación de mercado, Estados Unidos	137
Gráfico 20: Segmento específico de consumo de cebolla en Estados Unidos	138
Gráfico 21: Proyección de las exportaciones de aguacate desde la provincia del Carchi	149
Gráfico 22: Destinos de exportación de la provincia del Carchi	151
Gráfico 23: Proyección de las exportaciones de cebolla desde la provincia del Carchi	152
Gráfico 24: Destinos de las exportaciones de cebolla del Carchi	154
Gráfico 25: IVCR del aguacate en Países Bajos	161
Gráfico 26: IVCR de la cebolla en Estados Unidos	164
Gráfico 27: Indicador de Fajnzylber	169
Gráfico 28: Indicador de Fajnzylber en Países Bajos.....	171
Gráfico 29: Indicador de Fajnzylber en Estados Unidos.....	173

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fundamentación legal aplicada	32
Tabla 2: Definición de las variables	42
Tabla 3: Operacionalización de la variable independiente.....	43
Tabla 4: Operacionalización de la variable dependiente.....	48
Tabla 5: Población para la aplicación de la entrevista	55
Tabla 6: Principales productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico.....	57
Tabla 7: Clasificación arancelaria de los productos agrícolas.....	58
Tabla 8: Demanda mundial de naranja y proyecciones.....	60
Tabla 9: Demanda mundial de fresa y proyecciones.....	61
Tabla 10: Demanda mundial de aguacate y proyecciones.....	63
Tabla 11: Demanda mundial de brócoli y proyecciones	64
Tabla 12: Demanda mundial de cebolla y proyecciones	66
Tabla 13: Exportaciones de naranja en USD.....	69
Tabla 14: Exportaciones de naranja en toneladas.....	69
Tabla 15: Número de empresas exportadoras de naranja.....	70
Tabla 16: Exportaciones de fresa en USD.....	70
Tabla 17: Exportaciones de fresa en toneladas.....	71
Tabla 18; Número de empresas exportadoras de fresa.....	71
Tabla 19: Exportaciones de aguacate en USD	72

Tabla 20: Exportaciones de aguacate en toneladas	72
Tabla 21: Número de empresas exportadoras de aguacate.....	73
Tabla 22: Exportaciones de brócoli en USD	74
Tabla 23: Exportaciones de brócoli en toneladas	74
Tabla 24: Número de empresas exportadoras de brócoli	75
Tabla 25: Exportaciones de cebolla en USD	75
Tabla 26: Exportaciones de cebolla en toneladas.....	76
Tabla 27: Número de empresas exportadoras de cebolla	76
Tabla 28: Criterios de selección de los 2 productos agrícolas.....	77
Tabla 29: Ficha técnica del aguacate.....	79
Tabla 30: Exportaciones de aguacate desde Ecuador.....	80
Tabla 31: Principales importadores de aguacate a nivel mundial	81
Tabla 32: Principales exportadores de aguacate a nivel mundial.....	82
Tabla 33: Formato de selección de los países del estudio	83
Tabla 34: Indicadores sociales de los países seleccionados	85
Tabla 35: Población total de los países seleccionados	85
Tabla 36: Perfil del consumidor de Estados Unidos	86
Tabla 37: Perfil del consumidor de España.....	87
Tabla 38: Perfil del consumidor de Países Bajos	87
Tabla 39: Empleo por sector de los países seleccionados	88
Tabla 40: Acuerdos comerciales de los países seleccionados	89
Tabla 41: Balanza comercial Ecuador - Estados Unidos.....	90
Tabla 42: Balanza comercial Ecuador - España	91
Tabla 43: Balanza comercial Ecuador - Países Bajos	92
Tabla 44: Estabilidad política de Estados Unidos	93
Tabla 45: Estabilidad política de España.....	94
Tabla 46: Estabilidad política de Países Bajos	94
Tabla 47: Estabilidad del sistema bancario de los países seleccionados.....	95
Tabla 48: Barreras arancelarias aplicadas al aguacate en los países destino.....	96
Tabla 49: Barreras no arancelarias aplicadas al aguacate en los países destino.....	96
Tabla 50: Indicadores económicos de Estados Unidos	97
Tabla 51: Indicadores económicos de España.....	98
Tabla 52: Indicadores económicos de Países Bajos	98

Tabla 53: Importancia de los factores sociales, políticos y económicos en la Matriz POAM	100
Tabla 54: Matriz POAM de los países: Estados Unidos, España y Pases Bajos.....	102
Tabla 55: Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, España y Países Bajos.....	104
Tabla 56: Ficha técnica de la cebolla	105
Tabla 57: Exportaciones de cebolla desde Ecuador	106
Tabla 58: Principales importadores de cebolla a nivel mundial.....	106
Tabla 59: Principales exportadores de cebolla a nivel mundial	107
Tabla 60: Formato de selección de los países de análisis.....	108
Tabla 61: Indicadores sociales de los países seleccionados	110
Tabla 62: Población total de los países seleccionados	111
Tabla 63: Perfil del consumidor de Estados Unidos	111
Tabla 64: Perfil del consumidor de Canadá	112
Tabla 65: Perfil del consumidor de Reino Unido.....	113
Tabla 66: Empleo por sector de los países seleccionados	114
Tabla 67: Acuerdos comerciales de los países seleccionados	114
Tabla 68: Balanza comercial Ecuador - Estados Unidos.....	115
Tabla 69: Balanza comercial Ecuador - Canadá.....	116
Tabla 70: Balanza comercial Ecuador - Reino Unido	117
Tabla 71: Estabilidad política de Estados Unidos	119
Tabla 72: Estabilidad política de Canadá	119
Tabla 73: Estabilidad política de Reino Unido.....	120
Tabla 74: Estabilidad del sistema bancario de los países seleccionados.....	121
Tabla 75: Barreras arancelarias aplicadas a la cebolla en los países destino	122
Tabla 76: Barreras no arancelarias aplicadas a la cebolla en los países destino	122
Tabla 77: Indicadores económicos de Estados Unidos	123
Tabla 78: Indicadores económicos de Canadá	124
Tabla 79: Indicadores económicos de Reino Unido.....	125
Tabla 80: Matriz POAM de los países: Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.....	127
Tabla 81: Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.....	129
Tabla 82: Consumo Nacional Aparente del aguacate en Países Bajos.....	130
Tabla 83: Consumo Nacional Aparente de la cebolla en Estados Unidos	131
Tabla 84: Demanda insatisfecha de consumo de aguacate en Países Bajos.....	132
Tabla 85: Demanda insatisfecha de consumo de cebolla en Estados Unidos	133

Tabla 86: Población de Utrecht - Países Bajos y proyección.....	137
Tabla 87: Población de Nuevo México - Estados Unidos y proyección	141
Tabla 88: Producción nacional de aguacate en histórico y proyecciones	143
Tabla 89: Producción nacional de cebolla en histórico y proyecciones.....	144
Tabla 90: Producción de aguacate en la provincia del Carchi.....	146
Tabla 91: Producción de cebolla en la provincia del Carchi	147
Tabla 92: Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de aguacate	148
Tabla 93: Empresas exportadoras de aguacate de la provincia del Carchi	150
Tabla 94: Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de cebolla	151
Tabla 95: Empresas exportadoras de cebolla de la provincia del Carchi.....	153
Tabla 96: Ranking de países competidores del Ecuador en Países Bajos	155
Tabla 97: Ranking de países competidores del Ecuador en Estados Unidos	156
Tabla 98: Exportaciones del Ecuador en USD producto uno.....	160
Tabla 99: Exportaciones del Ecuador en USD producto dos	163
Tabla 100: Exportaciones e importaciones de aguacate Ecuador - Países Bajos.....	166
Tabla 101: Índice de Grubel-Lloyd - Países Bajos.....	166
Tabla 102: Exportaciones e importaciones de cebolla Ecuador - Estados Unidos	167
Tabla 103: Índice de Grubel-Lloyd - Estados Unidos.....	168
Tabla 104: Análisis de concordancia de las entrevistas	183
Tabla 105: Síntesis de la demanda mundial de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico.....	189
Tabla 106: Síntesis de la oferta nacional de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico.....	190
Tabla 107: Ficha 001 - Trademap	219
Tabla 108: Ficha 002 - CobusGroup	220
Tabla 109: Ficha 003 - SIPA	221
Tabla 110: Ficha 004 - COMEX	221
Tabla 111: Ficha 005 - INDEXMUNDI.....	222
Tabla 112: Ficha 006 - Datosmacro	222
Tabla 113: Ficha 007 - Banco Mundial.....	223
Tabla 114: Ficha 008 - The Global Economic	223
Tabla 115: Ficha 009 - MAcMap	224

Tabla 116: Ficha 010 - MCEIP	224
Tabla 117: Ficha 011 - Google Trends.....	225
Tabla 118: Ficha 012 -Santander Trade	225
Tabla 119: Ficha 013 - EUROSTAT.....	226
Tabla 120: Ficha 014 - Documento bibliográfico	226
Tabla 121: Ficha 015 – SIGCI	227

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación	215
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas.....	216
Anexo 3: Fichas bibliográfica - documental y de datos secundarios.....	219
Anexo 4: Guion de las entrevistas realizadas.....	228
Anexo 5: Evidencias fotográficas	233

RESUMEN

Considerando las nuevas tendencias de consumo saludables y destinadas a reforzar el sistema inmunológico sobre todo en tiempos de pandemia por el coronavirus, se evidenció que la demanda de alimentos frescos como frutas, verduras y hortalizas aumentó considerablemente pues son fuente de nutrientes esenciales para el organismo, por ello, se planteó una investigación con el objetivo de analizar la oferta exportable de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y determinar los niveles de competitividad internacional. La investigación se aplicó en la provincia del Carchi identificando que pese a que los niveles de producción son adecuados, no existe el aprovechamiento de la ventaja comparativa que posee esta provincia y se presenta una especialización limitada en el sector agrícola que debería ser prioridad para el Estado sobre todo en el contexto de crisis sanitaria mundial, donde los hábitos de consumo están cambiando rotundamente y se puede optar por diversificar los productos no tradicionales de exportación en base a estos determinantes.

La investigación empezó con la determinación de dos productos agrícolas mediante el análisis estadístico de la demanda mundial y la oferta nacional, considerando la tasa de crecimiento en el mercado, los valores monetarios así como las cantidades requeridas y comercializadas, que mostraron al aguacate y la cebolla como bienes a analizar; con el estudio de mercado y la ponderación de la Matriz POAM se determinó a Países Bajos con un puntaje de 0.21 para el producto uno y Estados Unidos de América con 0.19 para el producto dos, el CNA de los mercados seleccionados evidenció un déficit de consumo per cápita promedio de 2.1 kg de aguacate y 3.4 kg de cebolla a ser cubierta. En el año 2021, la provincia del Carchi produjo 4.910 Tn de aguacate con un rendimiento de 3,11 Tn/ha y 14.540 Tn de cebolla con un rendimiento de 14,47 Tn/ha, los niveles de exportación fueron de 425 Tn de aguacate siendo la segunda provincia con mayor volumen exportado y primera en relación con la cebolla al exportar 1.600 Tn., pero el destino principal fue Colombia para ambos productos pues las condiciones de ingreso son mínimas y no representan riesgos para el exportador. La competitividad internacional de estos bienes fue baja en los dos mercados objetivo y con la aplicación de indicadores de competitividad como el Índice de Ventaja Comparativa Revelada, Índice de Grubel-Lloyd e Indicador competitivo de Fajnzylber se mostró que la participación fue mínima, no se está trabajando con eficiencia y se está perdiendo oportunidades de ampliar la oferta exportable y mejorar la competitividad.

***Palabras clave:* oferta exportable, competitividad internacional, productos agrícolas, demanda internacional.**

ABSTRACT

Considering the new healthy consumption trends aimed at strengthening the immune system, especially in times of the coronavirus pandemic. It was shown that the demand for fresh food such as fruit and vegetables increased considerably as they are a source of essential nutrients for the body due to its agricultural origin. Therefore, an investigation was proposed with the objective of analyzing the exportable supply of agricultural products that reinforce the immune system and determine the levels of international competitiveness. The research was applied in the province of Carchi, identifying that even though production levels are adequate, there is no use of the comparative advantage that this province possesses and there is a limited specialization in the agricultural sector that should be a priority for the State, mainly in the context of the global health crisis, where consumption habits are changing radically, and it is possible to choose to diversify non-traditional export products based on these determinants.

The investigation began with the determination of two agricultural products through the statistical analysis of global demand and national supply, considering the growth rate in the market, the monetary values as well as the quantities required and marketed, which showed avocado and onion as goods to be analyzed. Moreover, with the market study and the weighting of the POAM Matrix, the Netherlands was determined with a score of 0.21 for product one and the United States of America with 0.19 for product two. The CNA of the selected markets showed a consumption deficit per average capita of 2.1 kg of avocado and 3.4 kg of onion to be covered. In the year 2021, the province of Carchi produced 4,910 tons of avocado with a yield of 3.11 tons/ha and 14,540 tons of onion with a yield of 14.47 tons/ha. The export levels were 425 tons of avocado being the second province with the highest volume exported and the first in relation to onions, exporting 1,600 tons, but the main destination was Colombia for both products, since the entry conditions are minimal and do not represent risks for the exporter. The international competitiveness of these goods was low in the two target markets and with the application of competitiveness indicators such as the Revealed Comparative Advantage Index, the Grubel-Lloyd Index, and the Fajnzylber Competitive Indicator. It was shown that the participation was minimal, it is not working efficiently and is missing opportunities to expand the exportable supply and improve competitiveness.

Keywords: exportable supply, international competitiveness, agricultural products, international demand

INTRODUCCIÓN

Las nuevas condiciones de vida debido a la crisis sanitaria mundial por el Covid-19 coronavirus que afecta a la población mundial desde el año 2020, hizo que se diera paso a nuevas tendencias de consumo en base a las consideraciones de cuidado y alimentación impuestas por entes internacionales del área de salud como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Organización Mundial de la Salud, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Programa Mundial de Alimentos (PMA), entre los más relevantes, recomendando optar por el consumo de productos frescos como frutas, verduras y hortalizas, con mínima industrialización y que aporte al cuidado y refuerzo del sistema inmunológico; es aquí donde los productos agrícolas tienen alta participación y aunque al principio de la crisis sanitaria los canales de distribución y las cadenas de suministro sufrieron colapsos, las empresas trabajaron para mejorar estos aspectos y adaptando nuevos procesos se logró abastecer los mercados nacionales e internacionales.

Así, se plantea una investigación con el objetivo de analizar la oferta exportable de productos agrícolas orientados al cuidado del sistema inmunológico y a la vez medir la competitividad internacional de estos debido a la pandemia Covid-19, para que de esta forma se pueda conocer aspectos como la demanda mundial de estos bienes, la oferta nacional y precisamente de la provincia del Carchi que es la delimitación geográfica para aplicar el estudio, considerando las variables adecuadas que se direccionen a cumplir con los objetivos planteados, para ello, se ha dividido la investigación en los capítulos descritos a continuación:

El capítulo I determina la problemática existente en relación con tema central investigado que es la oferta exportable de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y la competitividad internacional, la justificación que menciona la importancia y los beneficios elaborar el estudio y el establecimiento de los objetivos general y específicos para el desarrollo de este trabajo investigativo.

En el capítulo II se establece los antecedentes investigativos que guardan relación con las variables propuestas y servirán de guía para la interpretación de los resultados y la discusión, así también, las Teorías que apoyan al Comercio Internacional que son la base para el desarrollo de este trabajo y la fundamentación legal en base a la normativa internacional, supranacional y nacional orientada al fomento y facilitación del comercio mundial.

Dentro del capítulo III se encuentra la metodología aplicada en la investigación para la recolección de datos de fuentes primarias y secundarias, iniciando con un enfoque mixto (cualitativo - cuantitativo), la utilización de investigación exploratoria, descriptiva y correlacional, los instrumentos de investigación son las fichas en base a los datos de comercio exterior e inteligencia de mercados a nivel mundial y la entrevista aplicada a expertos del medio y empresas del sector.

A continuación, en el capítulo IV se detallan los resultados de la investigación primaria y secundaria, que determina a dos productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico que mantienen oferta exportable nacional y desde la provincia de Carchi, el estudio de mercado y la aplicación de la matriz POAM que determino a Países Bajos y Estados Unidos como mercados potenciales y a la vez la medición de la competitividad internacional de los productos en estos mercados mediante ciertos indicadores para este fin, también, se realiza la discusión conforme los resultados obtenidos.

Finalmente, en el capítulo V se plantea las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con la información más relevante propuesta en todo el proceso investigativo, seguido se encuentran las referencias bibliográficas y los anexos que apoyan la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido al fenómeno de la globalización se cuenta con un nivel de interconexión creciente en el mundo, el Fondo Monetario Internacional (FMI) presenta algunas conceptualizaciones sobre este tema. Finanzas y Economía (2020) indica: “este proceso es una tendencia de interdependencia e intercambio entre países en sectores como el social, cultural, tecnológico, político, pero sobre todo económico que se extiende día a día alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales” (p. 1). Nadie imaginó entonces que lo anterior resultaría una ventaja para que un enemigo invisible ponga en jaque todo el sistema y se suscitara una de las mayores crisis sanitarias en la historia de la humanidad.

El 11 de marzo de 2020 fue un día que causó gran conmoción en todo el mundo. La Organización Mundial de la Salud - OMS declaró a través de sus canales oficiales como pandemia global al brote del virus COVID-19 (coronavirus) que inició en China. Esto desencadenó un escenario desolador en todo el mundo que afectó tanto la salud e integridad de las familias, así como a los sectores de bienes y servicios con todas sus aristas. Ahora bien, mediante el cumplimiento de las medidas y protocolos de bioseguridad las personas vuelven a sus actividades normales, pero a la vez persiste el temor de contraer el virus; lo que instó a la búsqueda de alternativas que ayuden a disminuir y combatir de cierto modo los síntomas tan severos que el virus presenta, una de ellas es reforzar y cuidar el sistema inmunológico mediante una alimentación saludable y equilibrada.

Muchas organizaciones a nivel mundial empezaron a presentar informes sobre nutrición durante el Covid – 19, un aporte importante fue realizado por el Banco Mundial que tras varias investigaciones referentes al tema, evidenció que la malnutrición debilita el sistema inmunológico de las personas, aumentando la posibilidad de contraer enfermedades, esto debido principalmente a la insuficiente cantidad de ácido fólico, vitamina C y el resto de las vitaminas, minerales, antioxidantes (betacarotenos), grasas (Omega-3) y la fibra. Son aproximadamente 2000 millones de personas afectadas en todo el mundo por lo que el consumo de productos saludables como frutas, verduras, legumbres y carnes blancas ayuda significativamente a contrarrestar estos efectos, pues una dieta adecuada es clave para un buen estado de salud (Banco Mundial, 2020).

Así también, estudios del Departamento de Nutrición, Ciencias de la Alimentación y Gastronomía de la Universidad de Barcelona presentaron información sobre la alimentación durante la pandemia. Alcolea (2020) señala:

Los resultados obtenidos por la Dra. Laura Arranz, profesora de esta casa universitaria, indican que realmente puede ayudar a disminuir el contagio de este virus y enfermedades similares el llevar una vida saludable, una alimentación equilibrada con alta presencia de vegetales, frutas, legumbres, cereales integrales y proteínas (p. 2).

Es claro entonces, que sumado a las medidas de bioseguridad impuestas por los organismos de salud es recomendable el consumo de productos naturales, con mínima industrialización y que aporten al bienestar de las personas.

Debido a esta nueva tendencia de consumo, los países están inclinándose por potenciar a mercados internacionales su oferta exportable de productos netamente agrícolas orientados al cuidado del sistema inmunológico. Los resultados de encuestas realizadas por Upfield, una empresa española presente en 95 países, evidenciaron resultados positivos sobre el cuidado del sistema inmunológico y el consumo de productos frescos y naturales. Pues durante la cuarentena y en el tiempo seguido a esta se incrementó el consumo de frutas en un 66%, de vegetales en un 59% y de producto fresco en un 49%”, señalando además, que el 75% del total de encuestados afirma que seguirá optando por una alimentación saludable y sostenible que se vincule con el cuidado de su salud y que esencialmente aporte al cuidado del sistema inmunológico, el cual debe permanecer fuerte para disminuir sobre manera las posibilidades de contraer este virus (Upfield, 2020).

Sin embargo, se debe considerar los limitantes que afectan directa e indirectamente a este sector. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2015) afirma:

En un estudio realizado desde el año 2015 con proyección al 2030 refleja que las tasas de crecimiento de la producción agropecuaria mundial y los rendimientos de los cultivos han disminuido y por ello nace la interrogante: ¿será capaz de incrementar lo suficiente la producción de alimentos y otros productos para asegurar una alimentación adecuada de la población futura? (p. 4).

Todo esto, resulta preocupante para los entes involucrados, pues con el pasar de los años se ha evidenciado la disminución en la producción agrícola mundial y sobre todo día a día baja el porcentaje de la población dedicada a esta actividad tan prioritaria.

Así también, la presencia de compañías multinacionales de alimentos agrícolas que con su alto rendimiento, competitividad e imposición de precios han dejado indefensos a los agricultores de países especialmente en desarrollo ha sido uno de los principales problemas en este sector. En 2020, el Foro Global Agroalimentario indicó que solo 10 países controlan alrededor del 50% del comercio de productos agroalimentarios, destacando a Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Brasil, Francia, China principalmente. Esto ha generado rezago de parte de los productores de países periféricos en especial en América Latina y África donde del 18% al 22% de su población económicamente activa está relacionada con este sector y pese a contar con más del 50% de la tierra que podría ponerse en cultivo en todo el mundo, existe una producción agrícola de nivel medio – bajo debido a factores como el limitado apoyo de instituciones gubernamentales afines, dificultad para acceder a financiamiento de la banca pública y privada, limitada información de técnicas de producción actuales, escaso uso de maquinaria en las diferentes etapas de la producción, cultivos no rotativos, etc.

Es evidente, que pese a que cuentan con el entorno óptimo para la producción agrícola no existe el aprovechamiento de la ventaja comparativa que poseen con relación a la ubicación geográfica y los recursos naturales existentes y se presenta una especialización limitada en el sector agrícola que debería ser prioridad para el Estado sobre todo en este tiempo de crisis sanitaria mundial donde los hábitos de consumo están cambiando rotundamente y se busca cuidar el cuerpo a través de la adquisición de productos de origen agrícola y natural que fortalezcan el sistema inmunológico. Analizando la problemática del lado de la competitividad están las incipientes oportunidades de acceso al mercado, imposición de precios, competitividad empresarial de países centrales, limitados acuerdos comerciales con socios estratégicos, dependencia de mercados y productos tradicionales que han imposibilitado una participación efectiva de las economías emergentes como es el Ecuador en el ámbito comercial mundial (Villegas, 2019).

En el Ecuador el panorama no es muy alentador, pues en el 2019 el país se situó en el puesto 90 de 140 economías en el Índice de Competitividad Global esto debido a su dependencia primaria y bajo crecimiento económico (Datosmacro, 2019). Indicando que no se ha logrado el

cambio de la matriz productiva, pues es bien conocido desde décadas atrás hasta la actualidad que el país sigue dependiendo de las exportaciones tradicionales sin o con escaso valor agregado y entre estas destaca el petróleo crudo y sus derivados, debido a que representa aproximadamente el 50% de las exportaciones totales, esto ha limitado sobremanera la competitividad y desarrollo de otros sectores y productos que podrían formar parte de la oferta exportable del país.

Es entonces que se toma la decisión de realizar un estudio para medir el potencial agroexportador que posee el país y exactamente se centra el estudio en la provincia del Carchi, donde se cultiva gran variedad de productos agrícolas y pese a ello hasta el momento no se han aprovechado de forma eficiente estos recursos y se ha dejado de lado la ventaja comparativa existente, tomando en cuenta la alta demanda que tienen estos bienes en el mercado internacional debido a su valor nutricional y aporte con el cuidado del sistema inmunológico de las personas. Así, se debe considerar que se presentan nuevas tendencias de consumo en el mercado internacional con relación a los productos que refuerzan el sistema inmunológico; esto se evidenció en la primera Rueda de Negocios virtual organizada por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones – Corpei y Pro Ecuador, donde se demandó una oferta exportable netamente agrícola que se centró en la pulpa de frutas, cereales andinos, cacao y sus derivados, banano y sus derivados, té, especias, café, pesca y productos agrícolas ricos en nutrientes (Orozco, 2020).

Así también, la oferta exportable no solo debe enfocarse en asegurar el volumen de producción óptimo, sino en la búsqueda de nuevos mercados, tomando en cuenta la diferenciación del producto, la relación calidad/precio, valor agregado, responsabilidad social y ambiental, que son solo algunos de los limitantes de gran parte de los productos y exportadores de esta provincia al no conocer sobre estos pues optan por destinar sus bienes al mercado local principalmente, además, se suma también el superar problemas de empaque y presentaciones de acuerdo con los requerimientos exigidos, superación de barreras técnicas y sanitarias que día a día se vuelven más rígidas.

Se evidencia entonces que la continuidad de la oferta exportable de bienes agrícolas es clave para aumentar la competitividad del país al incursionar en los mercados internacionales y se entiende entonces que los datos recolectados anteriormente son la problemática para el estudio

del tema de investigación propuesto y que servirá como herramienta de apoyo al sector exportador agrícola de la provincia del Carchi.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuenta la provincia del Carchi con una adecuada oferta exportable de productos agrícolas que se consumen para reforzar el sistema inmunológico y existe competitividad en los mercados internacionales?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Al realizar esta investigación se va a obtener datos cualitativos y cuantitativos en relación a la oferta exportable de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y la competitividad internacional existente debido la actual pandemia del Covid - 19, mostrando las nuevas oportunidades que se generaran en el mercado mundial para este sector y así las MiPymes (micro, pequeñas y medianas empresas) que actualmente son clave para mantener estabilidad económica pues son responsables del incremento de la producción, la creación de empleo, la innovación y el dinamismo productivo dentro de la provincia del Carchi y a nivel nacional, exploten su potencial al máximo a través del aumento de la competitividad que les permitan el acceso a estos mercados.

Además, mejoren sustancialmente los ingresos y puedan reinvertir, teniendo en cuenta claro, que gracias al modelo de competencia imperfecta que menciona la Nueva Teoría del Comercio Internacional, existe libre participación de los países en el mercado y aquí pueden hacer uso de las ventajas comparativa y competitiva que poseen para lograr una mayor inclusión en mercados potenciales y que conocen la calidad y el prestigio de los productos ecuatorianos. Por otro lado, los resultados de la investigación servirán de apoyo para la toma de decisiones no solo para el sector exportador de bienes agrícolas de la provincia del Carchi, sino de afines a este.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán las MiPymes de la provincia del Carchi que cuenten con una oferta exportable de productos agrícolas que refuercen el sistema inmunológico y los miembros de estas, puesto que tendrán a su alcance un estudio muy útil sobre la competitividad en mercados internacionales existente debido a la crisis sanitaria por el coronavirus, así como la demanda de determinados productos por sobre otros para sacar

provecho a su potencial y a la par los factores que deberán tomar en cuenta previo su ingreso a estos mercados; por otro lado, los beneficiarios indirectos serán ciertos proveedores de productos agrícolas que en ocasiones mantienen las empresas y los proveedores de insumos para el envasado, empaquetado y etiquetado de los productos, las familias de los trabajadores quienes mejoraran su calidad de vida.

Así también, el sector de transporte, logística y distribución que manejan las MiPymes puesto que necesitaran realizar un trabajo en conjunto con efectividad en todos sus procesos para lograr un nivel de respuesta óptimo y competitivo en el exterior, se suman a estos los consumidores en los mercados internacionales dado que podrán acceder a alimentos agrícolas ricos en nutrientes y de acuerdo a sus requerimientos, al menor costo posible y manteniendo en los procesos de producción, distribución y comercialización los estándares de calidad e inocuidad propuestos por las entidades de control tanto a nivel nacional como internacional, garantizando de esta forma productos seguros para el consumidor final, estos están entre los más relevantes.

También servirá de ayuda para que la problemática de discontinuidad de la oferta exportable de productos agrícolas se minimice, a través de la asociatividad a las MiPymes de pequeños productores particulares que mediante convenios podrán incluir su producción y mantener estables los requerimientos de los mercados internacionales, además estos le servirá para que en un futuro consigan independizarse y crear emprendimientos con miras a la exportación pues podrán adquirir experiencia sobre mejoras en la producción, etiquetado de productos de forma adecuada, calidad, entre otros aspectos, a su vez se generarían mayores ingresos a sus familias así como fuentes de empleo y esto en conjunto representa una ventaja comparativa para este sector dentro de la provincia del Carchi, puesto que mantendrá un nivel de oferta exportable continuo y además conseguirá expandirse a nuevos nichos de mercados en el exterior.

Por otro lado al obtener conocimiento práctico y concreto de la competitividad internacional que obtiene la oferta exportable de productos agrícolas para reforzar el sistema inmunológico se muestra nuevas alternativas de progreso para las MiPymes de la provincia del Carchi involucradas en este sector puesto que fomentando su potencial productor, podrán encontrar nuevos mercados y mejores oportunidades a nivel global de la mano con el apoyo gubernamental muy útil en estos procesos, además incentivarán al resto de sectores a unirse a ellos en miras a un mayor progreso y cambio del modelo de matriz productiva incipiente que se maneja en la actualidad en el país. Adicional a ello los resultados servirán de apoyo teórico

a futuros investigadores que podrán cerciorarse de la factibilidad de aprovechar el potencial agroexportador tanto del lugar objeto de estudio, así como del país, su competitividad y buscar mercados potenciales.

En cuanto a la viabilidad de la investigación se indica que por una parte es posible obtener, recolectar y analizar los datos cualitativos y cuantitativos, se cuenta con los recursos económicos que no son de gran magnitud y se tomará aproximadamente un año en la ejecución del proyecto. De igual forma, se debe tener presente que la tendencia de consumo de los individuos está orientada al cuidado de la salud más aun debido al brote del Covid-19 donde un sistema inmunológico sano junto con las medidas de bioseguridad existentes puede disminuir el nivel de contagio de la persona, de igual forma la FAO mediante su página oficial indicó siete recomendaciones de alimentación saludable en tiempos de Covid -19 donde recalca como punto fundamental fortalecer y cuidar el sistema inmunológico aumentando el consumo de frutas, verduras, legumbres y cereales diariamente ya que contienen vitamina A, C, antioxidantes, proteínas y hierro las cuales ayudan a combatir infecciones, mantener sano el cuerpo, entre otros beneficios, por ello la investigación se centrara en la oferta exportable de este tipo de productos y así mismo en medir su competitividad en mercados internacionales.

Para el adecuado análisis del trabajo de investigación se tomará en consideración los productos agrícolas que están siendo consumidos para reforzar el sistema inmunológico debido a la pandemia Covid 19, indicando las subpartidas arancelarias que contienen a estos y posteriormente realizar el análisis respectivo para seleccionar dos productos que tienen mayor consumo y así medir tanto los volúmenes de producción en la provincia del Carchi y competitividad de estos a nivel internacional.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente se puede evidenciar las ventajas y aportes que traer consigo la realización de esta investigación y cuyos resultados se espera sean positivos para el sector agrícola de la provincia del Carchi, puesto que posee gran potencial en la producción agrícola y con sus productos puedan llegar tanto a mercados nacionales, pero en especial expandirse a nuevos nichos en el exterior.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la oferta exportable de la provincia del Carchi para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid-19.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Recopilar información bibliográfica sobre la oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid-19.
- Determinar los productos agrícolas de la provincia del Carchi que refuerzan el sistema inmunológico y poseen competitividad a nivel internacional debido a la pandemia Covid-19.
- Diagnosticar la oferta exportable y demanda de productos agrícolas de la provincia del Carchi que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid-19.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo incide la pandemia Covid-19 en la competitividad internacional de los productos agrícolas para reforzar el sistema inmunológico?
- ¿Cómo se desarrollará a futuro el sector de los principales productos agrícolas tanto como oferta, así como en demanda?
- ¿Cuáles son los dos productos agrícolas para reforzar el sistema inmunológico que más se exportan desde la provincia del Carchi?
- ¿Cuáles son los beneficios que obtendrá el sector agrícola la provincia del Carchi al incursionar con sus productos en el mercado internacional?
- ¿Cuál es la tendencia de la oferta exportable de productos agrícolas en la provincia del Carchi con proyección a los años siguientes?
- ¿Cuál es la tendencia de la demanda de los productos agrícolas en el país de destino?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para sustentar de forma científica el presente Trabajo de Investigación se detallan a continuación extractos de investigaciones realizadas previamente y que guardan estrecha relación con el tema central o el problema objeto de estudio, los cuales servirán como base y apoyo para la elaboración de la investigación. En este sentido se ha hecho la revisión tanto de artículos científicos, así como de tesis, libros, entre otros; detallando a continuación el material científico y académico seleccionado.

Antecedente 1.

Tema: Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 –2017

Autor: Nathaly Verdugo Morales & Víctor Andrade Diaz

Revista: Revista X-Pedientes Económicos, Vol. 2 (3), mayo – agosto 2018, pp. 84-102

Ciudad: Guayaquil - Ecuador

Año: 2018

Objetivos de la investigación

- Analizar el comportamiento de los principales productos de exportación tradicionales y no tradicionales del Ecuador dentro del mercado internacional durante el periodo 2013-2017.
- Observar el posicionamiento de los productos a nivel global y su eficiencia en el mercado internacional durante el periodo 2013-2017.

Resultados de la investigación

La oferta exportable no tradicional cuenta con una ventaja competitiva tanto en eficiencia como en posicionamiento en relación con la tradicional; las frutas tropicales, sombreros de paja toquilla, tabaco en rama y demás productos analizados mostraron al Ecuador como el país con mayor competitividad en el mercado internacional, con relación a países similares. Es claro que

la oferta exportable no tradicional posee gran potencial a nivel internacional y esto genera una oportunidad para el desarrollo de múltiples sectores agrícolas que actualmente se encuentran rezagados. también se evidenció que en la última década se ha presentado mayor demanda de los productos no tradicionales pues existe un crecimiento promedio anual de 11.7% dentro del periodo analizado, además, estos productos se encuentran ganando mayor reconocimiento a nivel internacional, por lo que esto genera una oportunidad para ampliar la oferta exportable que mantiene en la actualidad el Ecuador (Verdugo y Andrade, 2018).

Aporte a la investigación

Al analizar el artículo científico “*Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 –2017*”, se evidencia que el país posee un gran potencial agrícola principalmente de los productos no tradicionales debido a su ubicación geográfica, lo que genera alta competitividad en mercados internacionales si se aprovecha de manera adecuada esta ventaja; esto aporta de forma positiva a la investigación actual pues existe evidencia científica que indica la validez de estudiar la oferta exportable de un sector y medir su competitividad a nivel internacional. Así también, para la obtención de resultados se hace uso del indicador de Fajnzylber que muestra la competitividad de un producto medido a través de la variación de su presencia en el mercado, por lo que resultaría útil hacer uso de esta metodología para la obtención de datos que validen los resultados finales de la investigación.

Antecedente 2.

Tema: Competencia y competitividad en la gestión de organizaciones agrícolas en Ecuador: el caso de los productores de Manabí y Esmeraldas, *ReHuSo Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales e-ISSN 2550-6587 Vol 1(2): pp. 57-74 · junio 2016*

Autor: Jhonny S. Villafuerte Holguín, Oswaldo A. Franco & Lorena C. Luzardo

Revista: ReHuSo Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales e-ISSN 2550-6587 Vol 1(2): pp. 57-74 · junio 2016.

Universidad: Universidad Técnica de Manabí - Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales

Ciudad: Machala - Ecuador

Año: 2016

Objetivos de la investigación

- Evaluar las competencias para la gestión socio organizativa de las asociaciones de productores agrícolas.
- Aportar en la redefinición de las políticas agrícolas en las provincias de Manabí y Esmeraldas.
- Analizar los indicadores que ayudan a perfilar las competencias y competitividad de las agroindustrias costeras ecuatorianas.

Resultados de la investigación

Las asociaciones del sector agrícola para desarrollar sus capacidades de adaptación al cambio de la matriz productiva y mejorar la competitividad requieren asumir su papel de actores del desarrollo rural y para este fin, deberán aplicar buenas prácticas agrícolas, transformar materias primas con valor añadido, mejorar la inversión en tecnologías, potenciar la participación en democracia con enfoque de género e interculturalidad, y especialmente dar el paso de productores a emprendedores, Los programas sobre fomento agro productivo que se manejan en el país procuran aportar mayor acceso a los servicios, tecnología, recursos materiales y financieros que son los indicadores clave para potenciar estos sectores y ayudar a mejorar las competencias y competitividad (Villafuerte, Franco y Luzardo, 2016).

Aporte a la investigación

Dentro del artículo científico “*Competencia y competitividad en la gestión de organizaciones agrícolas en Ecuador: el caso de los productores de Manabí y Esmeraldas*” se detalla que el nuevo modelo de la matriz productiva han planteado retos orientados a cambios en la base a la estructura agro productiva con opciones que van desde la mejora de las competencias dentro de las asociaciones de productores agrícolas, tecnificación de sus actividades y de comercialización con asistencia de profesionales en estos campos, visión integral de las cadenas agro productivas articulando diferentes sectores productivos y de servicios para así encontrar un equilibrio entre lo económico, lo social, lo ambiental. Se destaca que el acercamiento con los involucrados en este sector es primordial para tener información de primera mano, por ello se aplica la técnica de entrevista que ayudó a recolectar datos sobre la realidad del sector y así

realizar un adecuado análisis, todos estos factores serán de utilidad para realizar la investigación ya que son aplicables en esta.

Antecedente 3.

Tema: Relevancia de las acciones políticas dirigidas a garantizar una alimentación saludable y suficiente en el contexto de la actual pandemia de COVID-19, DOI 10.13140/RG.2.2.16193.17765, mayo 2020.

Autor: Luis Fernando Gómez, María Fernanda Parra, Diego Iván Lucumí, Laura Camila Bermúdez, Antonio José Calderón, Juliana Mantilla & Mercedes Mora-Plazas

Revista: Revista de Investigación Educativa – ResearchGate

Universidad: Convenio entre la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad de Carolina del Norte

Ciudad: Murcia – España

Año: 2020

Objetivo de la investigación

- Analizar la implementación de acciones políticas para promocionar una alimentación saludable en el contexto de la actual pandemia de COVID-19

Resultados de la investigación

La alimentación no saludable es uno de los factores de mayor riesgo vinculado al contagio y mortalidad del Covid – 19 o coronavirus, con patrones caracterizados por hábitos de consumo excesivo de bebidas y alimentos ultra-procesados con alto contenido de azúcares libres, grasas saturadas y sodio; el riesgo de muerte aumenta al padecer enfermedades crónicas como hipertensión arterial y diabetes, síndrome metabólico, enfermedad cardiovascular y obesidad. Por ello se destaca la necesidad de contar con instituciones de salud pública y privada enfocadas a realizar acciones a corto y largo plazo en base a esta problemática. Además, que los encargados del suministro de insumos, del área logística y el procesamiento de bienes alimenticios garanticen una cadena de producción y suministro óptima y con acceso a los productos de alimentación seguro durante el desarrollo de la crisis y luego de esta (Gómez et al., 2020).

Aporte a la investigación

A través del artículo científico “*Relevancia de las acciones políticas dirigidas a garantizar una alimentación saludable y suficiente en el contexto de la actual pandemia de COVID-19*”, se evidencia que es responsabilidad de los entes gubernamentales de los estados coordinar las acciones desde el ámbito político que aseguren el abastecimiento de alimentos no procesados con alto contenido de nutrientes a los mercados en forma ininterrumpida, además, que ayude a los agricultores para seguir con sus actividades productivas apoyándolos en lo posible en el suministro de insumos, la parte logística y la distribución de productos como vegetales, frutas, legumbres, cereales y mejorar así la calidad de la dieta de las personas que están siguiendo la tendencia de consumos de productos saludables y que ayuden a reforzar su sistema inmunológico, la información detallada con anterioridad indica claramente que es favorable estudiar la oferta exportable agrícola presente en la provincia del Carchi y medir su competitividad pues las nuevas tendencias de consumo prevén beneficios para los países primario exportadores.

Antecedente 4.

Tema: Recomendaciones alimentarias y nutricionales para la buena salud durante el COVID-19

Autor: Diana Méndez Oyuela, Paula Padilla & Stephany Lanza.

Revista: INNOVARE, Revista de Ciencia y Tecnología Vol. 9, N°. 1.

Institución: Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), Facultad de Ciencias de la Salud.

Ciudad: Tegucigalpa – Honduras.

Año: 2020

Objetivos de la investigación

- Abordar el tema de la seguridad alimentaria y nutricional presentando diferentes recomendaciones para una alimentación saludable frente al COVID-19.
- Considerar como base las guías del Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá y la Academia Española de Nutrición y Dietética con el Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas Nutricionistas.

Resultados de la investigación

Hasta ahora no se ha encontrado ningún alimento que ayude a la prevención del COVID-19, pese a ello los expertos recomiendan mantener una nutrición sana y equilibrada, buena hidratación y ejercicio de forma regular, se debe evitar especialmente malos hábitos de alimentación debido a que aumenta la posibilidad de complicaciones en el caso de contraer el virus, además, es fundamental seguir rigurosamente las recomendaciones de cuidado y limpieza desde la adquisición de los productos hasta la forma de preparación y consumo. Así también, el cuidado del sistema inmune a través de una alimentación saludable minimiza las posibilidades de contagio, esto es consumir alimentos variados y de los grupos existentes para contar con todos los nutrientes adecuados y optar por productos naturales con poca industrialización. Las fuentes ricas en vitaminas y minerales para fortalecer el sistema inmune son las frutas y verduras por lo que es importante el consumo de tres raciones en el caso de las frutas por día y de dos para las verduras, prefiriendo aquellas de temporada por la disponibilidad y acceso a estas (Méndez, Padilla y Lanza, 2020).

Aporte a la investigación

Al analizar el artículo *“Recomendaciones alimentarias y nutricionales para la buena salud durante el COVID-19”*, se evidencia que el cuidado del sistema inmunológico a través de una dieta equilibrada es fundamental con esta nueva forma de vida por la situación de la pandemia Covid-19, las recomendaciones dadas por las guías del Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá y la Academia Española de Nutrición y Dietética con el Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas Nutricionistas indican que al optar por una alimentación saludable que incluya productos naturales y con mínima industrialización brindaran a las personas los nutrientes necesarios para el cuidado de su salud. Es claro entonces que las tendencias de consumo están cambiando y aquí se presenta la oportunidad de analizar el desarrollo de la oferta exportable de productos agrícolas de la provincia del Carchi orientados al cuidado del sistema inmunológico y medir su competitividad a nivel internacional.

Antecedente 5.

Tema: Competitividad de los productos agrícolas no tradicionales 2009-2013

Autor: Econ. Nathaly Virginia Cerda Ramírez

Revista: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas Abriendo Camino al Conocimiento. REICE Vol. 3, No. 5, enero-junio 2015

Institución: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

Ciudad: Managua - Nicaragua

Año: 2016

Objetivos de la investigación

- Determinar la ventaja relativa que presenta los productos agrícolas no tradicionales.
- Analizar la dinámica comercial de las exportaciones agrícolas no tradicionales.
- Establecer el grado de competitividad de los productos agrícolas no tradicionales mediante el uso del indicador de Balanza Comercial Relativa.

Resultados de la investigación

Al analizar la oferta exportable y la competitividad que poseen los bienes agrícolas no tradicionales se evidenció una cuota en el mercado internacional que está en crecimiento y se está optando por diversificar la oferta exportable, mediante la aplicación del indicador de balanza comercial relativa se logró medir la participación de los productos nicaragüense en el mercado internacional e identificar cuáles eran los posibles mercados potenciales para los bienes no tradicionales como la pitahaya, piña, quequisque y malanga que en los últimos años han recibido estímulos a través de rubros económicos del gobierno central para aumentar su capacidad de producción, teniendo a Estados Unidos como principal punto de exportación, seguido de países europeos y asiáticos (Cerde, 2016).

Aporte a la investigación

El trabajo investigativo “*Competitividad de los productos agrícolas no tradicionales 2009-2013*”, aporta de manera sustanciosa al desarrollo de esta investigación, puesto que realiza el análisis de la oferta exportable nicaragüense de productos agrícolas no tradicionales y a la vez mide la competitividad de estos en considerando la demanda existente en a nivel internacional. La metodología en este artículo científico es no experimental y descriptiva, haciendo uso del indicador de Balanza Comercial Relativa para medir la competitividad de los bienes no tradicionales en el mercado internacional, esto mediante la relación del saldo de la balanza

comercial de un producto y la suma total de las exportaciones y las importaciones de un país. Así, es posible considerar a los países importadores específicos que podrían seleccionarse como mercados destino; además, permite evidenciar a los países exportadores principales, lo que muestra a un posible proveedor de productos o a la vez se puede descartarlo como mercados objetivo. Por otra parte, mediante dicho indicador es posible medir el grado de ventaja o desventaja comparativa que existe y como va evolucionando con el tiempo, todo dependerá del comportamiento de este, con lo anterior se puede respaldar cierta parte de los objetivos de esta investigación y tener bases que sustenten su validez.

Antecedente 6.

Tema: Estudio de la Producción de Aguacate de la Parroquia San Miguel de Perucho como Oferta Exportable.

Autor: Cabay Robalino, Vinicio Marlon

Documento: Tesis de pregrado

Universidad: Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE

Ciudad: Sangolquí, Ecuador.

Año: 2016

Objetivos de la investigación

- Determinar si el aguacate de la zona de investigación cumple con las características y requisitos necesarios para la exportación.
- Impulsar la oferta de un producto no tradicional de exportación a través del fomento al desarrollo de un sector específico.

Resultados de la investigación

El buscar impulsar a un producto no tradicional mediante la promoción de su oferta exportable hace que se fomente el progreso de un sector en particular en este caso el agropecuario de la parroquia San Miguel de Perucho al estudiar la oferta exportable del aguacate, así se busca cambiar la conocida matriz productiva nacional y promocionar sectores estratégicos de alto nivel productivo, lo que ayudará al incremento de la participación de exportaciones de este producto dentro del mercado internacional. Aquí, el autor señala que es fundamental el apoyo gubernamental y el aprovechamiento de las ventajas existentes en el lugar objeto de estudio

para que se logre ampliar la oferta exportable pues existen las condiciones geográficas optimas no solo para el cultivo de aguacate sino de más bienes agrícolas no tradicionales (Cabay, 2016a).

Aporte a la investigación

El autor del tema “*Estudio de la Producción de Aguacate de la Parroquia San Miguel de Perucho como Oferta Exportable*”, recalca que la oferta exportable no se centra solo en contar con el volumen de producción para surtir a un cliente en particular, sino en realizar el estudio y diversificación de mercados, considerando la diferenciación del bien exportable, tomando en cuenta factores como la calidad, el precio, el valor agregado y en especial la responsabilidad social y ambiental, estos son aspectos claves para lograr competitividad internacional y posicionamiento frente a otros países que ofertan productos similares. También hace énfasis en el aprovechamiento de la ventaja competitiva que posee el Ecuador, esto en cuanto a su ubicación geográfica, la cual permite que el país sea rico en recursos naturales y se permita una producción agrícola de excelente calidad; estos factores son bases que se tomaran en cuenta para la determinación de la oferta exportable de productos agrícolas existente en la provincia del Carchi.

Antecedente 7.

Tema: Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN.

Autor: Gina Elizabeth Castro Cando

Documento: Tesis de pregrado

Universidad: Universidad Politécnica Estatal del Carchi – UPEC

Ciudad: Tulcán, Ecuador

Año: 2019

Objetivos de la investigación

- Determinar los productos de la Oferta exportable ecuatoriana con mayor nivel de aportación al país.
- Diagnosticar la situación competitiva durante el periodo (2013 – 2017) de la comunidad Andina en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65.

Resultados de la investigación

La autora destaca que al fortalecer los niveles de competitividad de los productos del Ecuador se evidencia un aumento en la participación dentro del mercado interno (domestico) como a nivel internacional, esto es fundamental para el sector exportador pues se genera crecimiento, plazas de empleo e inversión, por ello el país cuenta con acuerdos comerciales orientados potencializar la ventaja competitiva existente y contar con una apertura comercial amplia, se cita como ejemplo a la relación bilateral con Chile que es un mercado altamente competitivo y estable que brinda al 97% de productos que ingresan preferencias arancelarias.

Aporte a la investigación

Dentro del trabajo de titulación “*Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN*”, la autora toma como referencia cinco productos estrella que presentan mayor demanda en este mercado y analiza su desarrollo a través de los años, destacando la alta calidad y cuidado en el proceso productivo de estos, por otro lado indica que se debe incentivar a las Mipymes y grandes empresas que cuentan con estos productos a darles un valor agregado y diversificar la oferta exportable de productos no tradicionales que presentan gran potencial en el mercado internacional, recalando que los entes gubernamentales competentes impulsen tanto a productores y exportadores de estos sectores a lograr mayor desarrollo y competitividad, por tanto la metodología de selección de productos puede tomarse en cuenta al desarrollar el tema de investigación propuesto (Castro, 2019a).

2.2. MARCO TEÓRICO

Este trabajo investigativo se sustenta en base a las Teorías clásicas y nuevas del Comercio Internacional que toma como referencia aportes realizados por diferentes economistas e investigadores afines al campo del comercio internacional y que han servido como base para comprender los motivos por los que se produce el comercio y especialmente los efectos de este en el bienestar de las naciones, teniendo presente que es esta actividad la que mueve al mundo y gracias al fenómeno de la globalización se ha logrado superar los estándares fijados en materia comercial e ir más allá, trascender fronteras y mantener un comercio fluido entre los países del mundo.

2.2.1. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo.

2.2.1.1. Definición.

Fue introducida por David Ricardo a principios del siglo XIX tiene como enfoque científico la concentración en las ventajas comparativas que se adquieren en la producción de un bien, planteando que el país debe aprovechar estas ventajas y especializarse en la producción de estos bienes analizando que si el costo de oportunidad al obtener los productos en relación con otros productos es menor en el país analizado de lo que lo es en otros países, por ello se está hablando que existe esta ventaja. A su vez indica también que si una nación presenta menor eficiencia debería centrarse en producir y exportar del bien en el cual su desventaja absoluta es menor ya que este sería el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Además, una nación tendría que adquirir del exterior el bien donde posee mayor desventaja absoluta, es decir, donde se encuentra mayor desventaja comparativa (González, 2016).

2.2.1.2. Relación con la investigación.

Al relacionar el análisis de esta teoría se puede afirmar que el Ecuador posee con los recursos adecuados para especializarse en la producción de bienes agrícolas y que por años ha sido su punto fuerte puesto que es ampliamente conocido a nivel mundial la calidad de sus productos debido a que cuenta con zonas de cultivo de gran versatilidad gracias a su ubicación geográfica y recursos naturales únicos específicamente en la provincia del Carchi donde se aplicó la investigación, así también debe aprovechar el aumento de la demanda de productos agrícolas para reforzar el sistema inmunológico debido a la pandemia del Covid-19 y determinar la oferta exportable existente en este lugar a través de la selección de dos productos que poseen alta demanda en el mercado internacional y así aprovechar la ventaja comparativa del país en especial del sector agroexportador de esta provincia.

2.2.2. Teoría de la Ventaja Competitiva de las Naciones de Michael Porter.

2.2.2.1. Definición

Esta teoría destaca las características decisivas de un país, estas permite a sus empresas crear y mantener niveles óptimos de competitividad en determinados sectores. (Gómez, 2017a) afirma:

Pese a que esta teoría estudia los determinantes en sectores algo complejos con alta tecnología y talento humano calificado, Porter recomienda que es aplicable en sectores que no cumplan con los requerimientos anteriores. Una parte fundamental para lograr competitividad es la existencia de un vínculo de estrategia empresarial con la política de gobierno. El llegar a ser competitivo implica que las empresas cuenten con ventaja competitiva en cuanto a menores costos, diferenciación de bienes con mayores precios y enfoque o segmentación del mercado objetivo. Así también, para lograr un intercambio comercial efectivo los países deben optar por negociaciones internacionales en las cuales los países industriales brinden reducciones arancelarias a través de acuerdos comerciales Bilaterales o Multipartes a países en vías de desarrollo, apoyando a la liberalización comercial lo que fomenta las exportaciones (p. 30).

Así, en base a los aspectos que menciona Porter los países mejoran los niveles de competitividad existente en determinado sector y logran mayor nivel de posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional seleccionado.

2.2.2.2. Relación con la investigación

Claramente esta teoría aplica a los requerimientos que se pretende estudiar a través de esta investigación debido a que en el Ecuador cuenta con una producción agrícola muy amplia que ha sido su característica principal durante décadas, por ello debe aprovechar estos recursos y mejorar su competitividad a nivel internacional; esto se debe hacer de la mano con el Estado quien de acuerdo con los aportes de Porter juega un papel fundamental para cumplir con este objetivo. Por otro lado, los partícipes dentro del sector de productos agrícolas de la provincia del Carchi deben optar por manejar cualquiera de los tres aspectos necesarios para mejorar la competitividad del sector agrícola sean estos costos bajos, diferenciación de producto o segmentación del mercado, debido a esto es necesario conocer la demanda internacional de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y a fin de satisfacer sus

requerimientos; adicionalmente se debe considerar los acuerdos comerciales existente que mantiene el país con sus socios estratégicos a nivel mundial y aprovechar estos para lograr un mejor posicionamiento y obtener ventaja frente a la competencia de países con una oferta similar. De igual manera para conservar la ventaja, las unidades de negocio deben desarrollar a futuro ventajas competitivas más sofisticadas, a través de ofertar bienes y servicios con alta calidad o con la ejecución de procesos productivos más eficiente, con lo que se evidencia directamente en el aumento de los niveles la productividad.

2.2.3. Nueva Teoría del Comercio Internacional de Paul Krugman.

2.2.3.1. Definición.

Es resultado de las investigaciones del economista Paul Krugman en su afán de complementar el planteamiento de las teorías ya existente sobre el comercio internacional a un ámbito más realista. A diferencia de Ricardo, este presenta un modelo de mercado de competencia imperfecta donde priman las economías de escala en crecimiento las cuales afectan directamente al intercambio comercial de las naciones, tomando en cuenta también las fallas existentes en el mercado y las externalidades de este. Mediante esta teoría se indica que el comercio internacional beneficia mayormente a las naciones industrializadas ya que al desarrollar economías de escala controlan los precios y flujos de bienes en el mercado, dejando a los países en que están empezando a desarrollarse bajo el control de las grandes potencias y dando paso a una competencia imperfecta dominada por monopolios y oligopolios.

Esto lleva a tener en cuenta que las ventajas comparativas de un país y la especialización en la producción de un bien en donde existe mayor eficiencia no es el único determinante para ingresar al mercado internacional ya que actualmente las naciones producen un mismo bien pero con características diferentes e ingresan a competir, aquí se destaca la importancia que tiene para un país la producción en serie o economías de escala donde a mayor volumen disminuye el costo de producción tornándose más competitivo el precio y la gran variedad de artículos ofertados en relación con un país donde los niveles de producción sean bajos y no posean la capacidad para desarrollar una industria más sólida (Bancayan, 2016).

2.2.3.2. Relación con la investigación.

Esta teoría tiene mayor relación con la investigación puesto que este modelo es el que actualmente se maneja a nivel internacional y al cual debe acogerse el país si desea incursionar con su producción en el mercado de competencia imperfecta. Las grandes potencias tienen acaparado el sector de productos agrícolas mediante multinacionales que tienen sus filiales en todo el mundo, la ventaja del Ecuador y la provincia del Carchi es aprovechar deficiencias en calidad, cuidado del proceso productivo y distribución de los productos, entre otros a fin de presentar una oferta exportable adecuada a sus socios comerciales, además que pueda ser competitiva, aceptable y se aumente el nivel de participación en el mercado donde se desea incursionar.

2.3. Fundamentación científica

2.3.1. La globalización.

Todo proceso de intercambio e interrelación que traspase las fronteras de una nación y que no necesariamente debe ser de tipo comercial están bajo un fenómeno conocido como globalización que desde sus inicios ya de forma conceptualizada aproximadamente en los años setenta (70's) ha sido fuente de diversas controversias tanto por sus ventajas así como sus desventajas; dentro del ámbito comercial, se refiere a el proceso mediante el cual se realiza una integración de forma creciente de las economías del mundo donde están incluidas las empresas así como los individuos, este acercamiento ha provocado que exista una interdependencia entre los involucrados que se mantienen en constante relación dentro de los mercados de bienes y servicios, financieros, de capital, entre otros buscando la satisfacción de sus necesidades y requerimientos. Su importancia dentro del sector económico radica en que gracias ella se logró la expansión de un comercio doméstico o nacional a uno de carácter internacional y por ello es que están ligados estrechamente teniendo en cuenta que mientras mayor fuerza tenga este fenómeno mayor será el impacto de comercio internacional en el mundo; se ha tratado de dejar de lado el proteccionismo y demás barreras al comercio exterior y que exista una libre circulación de capitales, individuos y mercancías a escala global.

Aquí los países pasan a jugar un papel fundamental teniendo en cuenta que previo a la entrada a un mercado específico se debe tener en cuenta las relaciones políticas y diplomáticas que

existen entre estados, analizando que instrumentos de facilitación al comercio internacional se han firmado, sean estos acuerdos y tratados bilaterales y Multipartes tanto en el ámbito regional así como mundial más conocidos como bloques de integración económica que bajo una normativa manejan las relaciones de intercambio comercial entre sus países miembros y a través de ellos se brinda apoyo a las empresas en los procesos de importación y exportación de productos.

Es claro entonces que en este escenario donde todo está al alcance de todos es primordial que las empresas, MiPymes y pequeños emprendimientos tengan en cuenta que si sus objetivos son la expansión deben adaptarse a las condiciones de un mercado altamente cambiante y por ende de gran competitividad, es necesario por ello, que tengan a mano un plan estratégico de inserción a determinado mercado juntamente con un estudio previo de las condiciones de este, a fin de hacerle frente a competidores similares que están buscando un lugar en dicho mercado, esto debe hacerse mediante el desarrollo de las ventajas comparativas y competitivas que posea tanto la empresa así como el país.

A esto se suma entonces la diversificación, calidad y continuidad de la oferta exportable que es la carta de presentación en el mercado internacional, la cual permitirá abrirse paso frente a la competencia y conseguir mayor poder de negociación con los interesados, siempre marcándose objetivos claros y alcanzables, aprovechando el potencial existente en cada país y aumentando la cuota de participación en el mercado; donde se debe estar siempre a la vanguardia, preparar terreno para futuras negociaciones comerciales y sobre todo tratar de mantener el intercambio de bienes y servicios permanentemente.

2.3.2. Oferta exportable.

2.3.2.1. Definición.

Se refiere a un producto competitivo, pues cuenta con altos estándares de calidad, con la capacidad de suministro continuo y sostenido en base a los volúmenes exigidos por el comprador, para un mercado específico, en el momento que se requiera. Es necesario conocer que este término describe algo más que el producto, debido a que comprende cuatro capacidades empresariales o de un sector: esta la parte productiva, el ámbito económico/financiero, la parte comercial y la finalmente lo relacionado con la gestión; en conjunto estas capacidades implica

la probabilidad de altos niveles de competitividad en el ámbito internacionales, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2015).

2.3.2.2. Importancia.

El contar con una oferta exportable diversa dentro del país y específicamente en el sector a analizar permitirá conocer su capacidad productiva, con relación al total de exportaciones y de acuerdo con los productos que más se demandan en los mercados internacionales. Se puede destacar que la provincia del Carchi mantiene alta producción en cuanto a los bienes agrícolas tomando que se podrían ofertar a nivel internacional, considerando también que todo el país es productor agrícola netamente y primario exportador.

2.3.2.3. Características.

La oferta exportable de bienes agrícolas está dentro de las exportaciones no petroleras que a su vez se dividen en tradicionales y no tradicionales, es precisamente en este último grupo donde se centrara el estudio de los productos agrícolas mayormente demandados debido a la pandemia del Covid-19. Para ello se hará la recopilación de datos estadísticos sobre las exportaciones nacionales de productos agrícolas y posteriormente se ira segmentando a la provincia del Carchi hasta lograr seleccionar los dos productos con mayor demanda en el mercado internacional y así también, se medirá los niveles de producción dentro de la provincia.

2.3.2.4. Funciones.

Las exportaciones son el rubro que mayor ingreso representa al país donde aproximadamente el 34% lo ocupan las exportaciones petroleras y el 65% las exportaciones no petroleras que se componen de exportaciones tradicionales y no tradicionales y a través de los años se han tratado de potenciar y diversificar este último sector para tratar de que la dependencia del petróleo por un lado y del banano, camarón, cacao y los bienes que componen las exportaciones tradicionales por otro lado disminuya, Castro (2019b) afirma:

Los entes gubernamentales en materia de comercio exterior con miras a buscar un mayor desarrollo e inserción del Ecuador en la economía mundial concurren a la creación de vínculos que favorecen a los involucrados al realizar el intercambio comercial, el país posee varios acuerdos comerciales de índole

preferencial y otros que se encuentran vigentes, para el caso de Ecuador este posee 26 de los mencionados con anterioridad, ligados a varios países del mundo (p. 21).

Gracias a ello se ha logrado mayor participación en los mercados internacionales, ahora se busca potenciar la oferta exportable para productos agrícolas demandados por los consumidores para reforzar su sistema inmunológico debido a la pandemia Covid-19, se debe aprovechar esta oportunidad para conquistar nuevos mercados y por supuesto mantener los habituales.

2.3.2.5. Conclusión.

La variable independiente que se refiere a la oferta exportable, representa el nivel de producción que posee el Ecuador específicamente dentro de la provincia del Carchi que indica la ubicación seleccionada para esta investigación en relación con los bienes agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico, por lo que su análisis representa el primer paso para conocer cómo se encuentran los niveles de producción a nivel nacional y provincial dentro de este sector, la calidad de sus productos y sobre todo la continuidad productiva orientada a abastecer la demanda del mercado internacional. Al ser la zona de estudio netamente agrícola posee el medio adecuado para el cultivo de estos productos y su posterior comercialización a nivel internacional, así también, es importante que los involucrados en este sector de la mano con el gobierno nacional trabajen en diversificar esta oferta exportable de estos productos y logren hacerla más amplia a fin de conseguir mayores demandantes y sobre todo nuevos consumidores potenciales en mercados poco explorados.

2.3.3. Competitividad internacional.

2.3.3.1. Definición.

Según Roldán (2018), es la capacidad de un ente individual u organización para mantener ventajas competitivas con relación a la competencia o competidores y obteniendo así alto posicionamiento en el entorno que se desarrolla, la competitividad se refiere a una habilidad, tecnología, recursos o atributo que le brindan superioridad al que la posee en torno a los demás. Se refiere a un término relativo de comparar la capacidad de rendimiento de un individuo u organización con respecto a los de su entorno.

2.3.3.2. Definición ámbito internacional.

La competitividad internacional determina el grado de participación de un país en el mercado internacional. Ramos (2016) afirma:

Es el grado en el que un país, dentro del contexto de libre mercado, tiene la capacidad de producir un bien o servicio para satisfacer los requerimiento del mercado internacional. Esto al potencializar la capacidad de las unidades de negocio y las industrias para obtener ingresos y niveles de empleo óptimos de una forma sostenible, a la vez que paralelamente mantiene y amplía a largo plazo el ingreso real de las personas (p. 89).

Por ello, es necesario conocer como un país se desenvuelve en el mercado internacional a través de la competitividad, de esta forma se puede realizar comparaciones con otros países que oferta los mismos bienes y así conocer la cuota de participación que cada uno posee.

2.3.3.3. Importancia.

Mediante la globalización los países han logrado la expansión y la integración con otras economías de menor, igual o mayor magnitud, siempre con el afán de interrelacionarse y compartir intereses mutuos especialmente en materia comercial, económica y diplomática. La competitividad está estrechamente ligada con este fenómeno ya que para que el país logre competir con sus bienes dentro del mercado internacional, tiene que obligatoriamente relacionarse con otros países para que de esta manera logre facilitar a las empresas el proceso de negociación y comercialización.

Por ello es necesario que se aproveche la ventaja comparativa y competitiva del sector agrícola de la provincia del Carchi, con esto los exportadores tendrán la posibilidad de adquirir un buen posicionamiento en relación con los competidores existentes en el mercado, además, la competitividad debe enfocarse en acciones que hagan la diferencia de los demás competidores, con aportes de innovación, con la aplicación de estrategias de en cuanto a la capacidad productiva, los tipos de negociación y relación con los clientes; obteniendo mayor posicionamiento en el mercado internacional (Castro, 2019c).

2.3.3.4. Características.

A través de la competitividad un país puede dar a conocer la capacidad que mantiene en la producción de bienes y servicios orientados a mercados internacionales, pues factores importantes de ser competitivo es el emplear en sus procesos tecnología y calidad de manera eficiente, lo que trae como consecuencia obtener altos niveles de productividad, nivel de ingreso y aceptación a nivel internacional. La competitividad del país depende sobremanera del desarrollo del sector exportador y la capacidad que este tenga para satisfacer las exigencias del consumidor internacional al menor costo posible, utilizando todos los recursos de manera óptima y en especial trabajando con el apoyo de los entes gubernamentales cuya intervención es clave para ampliar los niveles de competitividad y estos deben aportar desde el cultivo, producción, cosecha, venta y distribución nacional e internacional de los bienes exportables.

Centrándose en el contexto nacional, debido a que en los últimos años se ha presentado una recesión económica causada por múltiples factores que ha limitado la capacidad competitiva del país volviéndose este poco atractivo para realizar negociaciones o firmar acuerdos de índole comercial tomando en cuenta que la inestabilidad político-administrativa no genera confianza y disminuye por ende el poder de negociación de firmas nacionales en el exterior. además, si bien los sectores estratégicos que sostienen la economía son destino principal de programas de apoyo y recursos gubernamentales a fin de que mantengan estabilidad y logren competitividad internacional, se debe buscar nuevas alternativas para ampliar la cartera de bienes dirigidos a la exportación especialmente del sector agrícola que es donde el país posee gran ventaja, de esta forma los beneficios abarcaran a mayor número de empresas, sectores y personas pues el país contara con mejores oportunidades de participación en el contexto internacional y de manera eficiente a través del trabajo articulado entre los involucrados es posible lograr niveles de competitividad favorables.

Para caracterizar la competitividad a nivel país el Foro Económico Mundial analiza cada año el Índice de Competitividad Global que evalúa la capacidad de las naciones de proporcionar altos niveles de bienestar a la población a través de la utilización productiva y eficiente de los recursos que poseen, las cifras no son alentadoras para el Ecuador pues en el último reporte presentado con relación al año 2019 se situó en el lugar 90 con un puntaje 55.7/100 donde mientras más cercano este a 100 mayor es el nivel de competitividad y si se aleja de igual forma baja la competitividad, se puede apreciar que el país tiene competitividad media - baja pues de

acuerdo al reporte el 50% de los pilares de competitividad presentaron valores inferiores a 50 puntos. En relación con el comercio nacional e internacional obtuvo los siguientes puntajes: la infraestructura de transporte 62, eficiencia de servicios aéreos 58; calidad de la red vial 35; conectividad red marítima global y eficiencia de servicios portuarios 55, indicando mediante el componente anterior la buena ubicación del país. En cuanto a las instituciones que establece el ambiente para el desenvolvimiento de las acciones empresariales con impacto en la productividad a través de la reducción la incertidumbre e incentivos, está ubicado en el lugar 100 esto debido a las limitadas de políticas de estado con enfoque a largo plazo, pues el Estado realizó varias reducciones en cuanto a las inversiones públicas para infraestructura que eran fuentes de empleo y optado por asignar estas al sector privado, cuanto a la innovación y sofisticación, particularmente en “dinamismo de los negocios”, estuvo en el puesto 130 y 88 en la capacidad de innovación. (Schwab, 2019).

Es clara la limitada competitividad nacional pues los partícipes del manteamiento económico nacional no invirtieron en la renovación de maquinarias y equipos, en capacitación permanente y oportuna a empleados y trabajadores, así también, dejaron de lado las actividades relacionadas con investigación, innovación y gestión de calidad, donde innovación no precisamente exactamente tecnología sino también el desarrollo de actitudes, flexibilidad, creatividad y transformación permanente de las personas o “innovación social”. Sumando a lo anterior está claro que la baja competitividad empresarial también es resultado del sistema de dolarización que mantiene el país, pues con la apreciación de esta divisa considerablemente, se ha provocado que los bienes exportables aumenten su precio de venta en los mercados internacionales y a la vez se abaraten los bienes de importación provocando déficit en la balanza comercial y perdida de la competitividad en estos mercados desencadenando de igual forma perdidas para los sectores estratégicos de exportación (Campaña, 2019).

2.3.3.5. Funciones

De acuerdo con Klaus Schwab, profesor del FEM; la competitividad de los países beneficia a los factores que establecen el crecimiento de estos, da a conocer también por qué las economías en ciertos países son más exitosas que otros, pues se evidencia el mejoramiento de los niveles de ingreso y amplias oportunidades para los individuos. Así también, los gobernantes de estas naciones manejan instrumentos que apoyen a formular políticas económicas y reformas

institucionales ofreciendo a los líderes empresariales las pautas claves para tomar decisiones estratégicas y en el ámbito de la inversión. (Álvarez, 2015).

Al evidenciar la competitividad en declive del país en cuanto al ámbito de comercio exterior es necesario la intervención estatal, la canalización adecuada de recursos y trabajo articulado de los involucrados; ahora bien para medir de forma particular la competitividad de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico provenientes de la provincia del Carchi se considerará modelos matemáticos para este fin como indicador de Fajnzylber, índice de ventaja comparativa revelada, posicionamiento de las exportaciones nacionales en un mercado determinado, índice de Grubel-Lloyd que basándose en datos sobre la exportación, tasa de crecimiento, porcentaje de participación de determinado producto y considerado información a nivel nacional, del mercado específico y a nivel mundial se podrá obtener información relacionada con la competitividad existente de los productos agrícolas en el mercado.

2.3.3.6. Conclusión

La variable dependiente que en este caso es la competitividad internacional representa la capacidad que tiene el país de insertarse en el mercado mundial a través de la potencialización de sus ventajas comparativas y competitivas que como ya ha analizado anteriormente todo país posee, para este trabajo de investigación es de suma importancia conocer el nivel de competitividad nacional y su proyección en cuanto al nivel internacional se refiere, por ello se considera el análisis del Ranking de competitividad del Ecuador dentro del Foro Económico Mundial pues de este modo permite conocer el potencial exportador existente dentro del sector de comercialización de bienes y las limitaciones dadas considerando la baja competitividad ya descrita con anterioridad. Se debe tener claro entonces que el nivel de competitividad de cada país dependerá de la diversificación de sus productos y la capacidad que posean para surtir un mercado sin contratiempo.

A pesar de que dentro del ranking el país se encuentra en el puesto 90 de 141 economías con un puntaje de 55.7/100 ha logrado mantener sus negociaciones internacionales con socios estratégicos de forma continua puesto que se reconoce el gran potencial nacional en materia de producción agrícola y la diferenciación de los productos ecuatorianos que son altamente apetecidos en el contexto del mercado internacional, para verificar lo mencionado se utilizarán métodos como el indicador de Fajnzylber, índice de ventaja comparativa revelada,

posicionamiento de las exportaciones nacionales en un mercado determinado, índice de Grubel-Lloyd y así medir la competitividad de los productos seleccionados de la provincia del Carchi en el mercado mundial.

2.4. Fundamentación legal

Este es un punto significativo de la investigación, puesto que será en donde se especificarán temas como la normativa del Ecuador en relación con países internacionales, las que serán de cumplimiento obligatorio al momento de analizar por un lado la oferta exportable de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional, la normativa a la cual podrán acogerse los exportadores de estos productos, donde se tiene como base la Constitución del Ecuador de la mano con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) los cuales fomenta el desarrollo de las exportaciones día a día, entre otras instituciones gubernamentales.

Tabla 1: Fundamentación legal aplicada

Constitución de la Republica del Ecuador	
En Ecuador las exportaciones las proveerá el Estado principalmente a las que tienen una gran preferencia, enfocándose siempre al valor agregado que estas generen, dentro de la constitución se establecen a través de los siguientes artículos:	
<p>Título VI: Régimen de desarrollo <i>Capítulo cuarto: Soberanía económica</i> <i>Sección primera: Sistema económico y política económica</i></p>	<p>El Art. 284 de la Constitución de la República establece los objetivos de la política económica, entre los que se incluye incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008a, p. 139).</p>
<p>Título VI: Régimen de desarrollo <i>Capítulo cuarto: Soberanía económica</i> <i>Sección séptima: Política comercial</i></p> <p>Para el amparo de las operaciones de comercio internacional el Estado ha propuesto los siguientes lineamientos de política comercial que apoyan las negociaciones internacionales con socios estratégicos y su adecuado dinamismo.</p>	<p>En el Art. 304 referente a la política comercial presenta algunos objetivos entre los que destacan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

	<p>Dentro del 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 (Asamblea Nacional Constituyente, 2008b, pp. 145-146).</p>
<p>Titulo VI: Régimen de desarrollo <i>Capítulo sexto: Trabajo y producción</i> <i>Sección primera: Formas de organización de la producción y su gestión</i></p>	<p>Dentro del Art. 319 reconoce 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, en tal virtud alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008c, p. 150).</p>
<p>Titulo VI: Régimen de desarrollo <i>Capítulo sexto: Trabajo y producción</i> <i>Sección quinta: Intercambios económicos y comercio justo</i></p>	<p>El Art. 336 indica que el Ecuador impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimicen las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad, asegurando la transparencia y la eficacia de los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades lo que definirá mediante la ley.</p> <p>Dentro del Art. 337 detalla que se promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica (Asamblea Nacional Constituyente, 2008d, pp. 156-157).</p>
<p>Título VIII: Relaciones Internacionales <i>Capítulo Primero: Principios de las relaciones internacionales</i></p>	<p>A través del Art. 416 se indica que relaciones del Ecuador con la comunidad internacional irán de acuerdo con los intereses del pueblo ecuatoriano de esta manera proclama la independencia e igualdad jurídica de los Estados, la convivencia pacífica y la autodeterminación de los pueblos, así como la cooperación, la integración y la solidaridad. Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados (Asamblea Nacional Constituyente, 2008d, p. 185).</p>
<p>Título VIII: Relaciones Internacionales</p>	<p>El Art. 417 detalla que los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros</p>

<p><i>Capítulo Segundo Tratados e Instrumentos Internacionales</i></p>	<p>instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución (Asamblea Nacional Constituyente, 2008f, p. 186).</p>
<p>Organización Mundial de Comercio</p>	
<p>La Organización Mundial del Comercio (OMC) es un organismo creado en 1995 con el fin de analizar y liberalizar el comercio internacional. Tiene 160 países miembros y se encarga principalmente de reglamentar el comercio mundial mediante Acuerdos, con el objetivo de mejorar la interacción entre países, promover su prosperidad y facilitar la resolución de conflictos (UCEMA, 2016, p. 1).</p>	
<p>El Acuerdo de la OMC sobre la Agricultura</p>	<p>Constituye un primer paso para implantar una competencia más leal y lograr que el sector sufra menos distorsiones. Comprende los compromisos específicos contraídos por los países Miembros de la OMC para mejorar el acceso a los mercados y reducir las subvenciones con efectos de distorsión en la agricultura (SICE, 2020, p. 1).</p>
<p><i>Acceso a mercados</i></p>	<p>El Art. 4.1 y 4.2 se enfoca en la prohibición de la utilización de restricciones a la importación distintas de los aranceles. Así también al compromiso de consolidar de todos los aranceles a la importación de acuerdo con lo estipulado en las listas del Acuerdo.</p>
<p><i>Ayuda interna</i></p>	<p>Dentro de los Art. 6 y 7 se encuentran las políticas gubernamentales de ayuda al sector agrícola permitidas, especialmente a los países en desarrollo que están autorizados a utilizar algunos tipos de subvenciones a la inversión y a los insumos en determinadas condiciones. Así también se detallan otras políticas de apoyo comprendidas en la Medida Global de Ayuda (MGA), este es un índice que mide el valor monetario que el Estado entrega a los participantes de este sector, para los países en desarrollo se reducirá en un 13,3% en un período de 10 años Organización Mundial de Comercio (OMC, 2016, pp. 69-70).</p>
<p>Programa Mundial de Alimentos (PMA)</p>	
<p>Es una organización de ayuda humanitaria dedicada a abordar el hambre a nivel mundial, a través del apoyo a los esfuerzos nacionales y regionales, a fin de garantizar la seguridad alimentaria a todos, incluyendo fundamentalmente a los más pobres y vulnerables del mundo. Para logra sus objetivos, el PMA trabaja asociado con los gobiernos, agencias de las Naciones Unidas, organizaciones no gubernamentales e internacionales, la sociedad civil y el sector privado (ONUSIDA, 2019).</p>	
<p>Metas estratégicas en base a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</p>	<p>La problemática del hambre en el mundo es uno de los mayores retos del PMA, esta situación ha ido aumentando con los años debido a diversos factores; ahora por la crisis sanitaria del Covid – 19 las cifras se han vuelto exorbitantes</p>

Objetivo de desarrollo sostenible 2
Apoyar a los países para que alcancen el hambre cero.

pasando de 135 millones a casi duplicar la cifra para finales del año 2020. En este punto hay dos partes cruciales que el Programa se ha encargado de tener en cuenta:

1. Proporcionar alimentos y ayuda humanitaria a las regiones que corren más riesgos.
2. Aumento de la productividad agrícola y la producción alimentaria sostenible son cruciales para lograr los riesgos del hambre.

Para llevar a cabo lo anterior el PMA, se ha planteado tres objetivos estratégicos

1. Eliminar el hambre mediante la protección del acceso a los alimentos
2. Mejorar la nutrición
3. Alcanzar la seguridad alimentaria Programa Mundial de Alimentos (PMA, 2020, p. 2).

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión – COPCI

El COPCI busca promover la producción nacional, competitividad, generación de conocimiento científico y tecnológico, además, la inserción estratégica del Ecuador en la economía mundial para lograr mayor desarrollo dentro de los sectores que componen el Estado.

LIBRO IV DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ORGANOS 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 lineamientos:

- a. Acceso a preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;
 - b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;
 - c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;
 - e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,
 - f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes (COPCI, 2018b, p. 9).
-

**LIBRO V: DE LA
COMPETITIVIDAD SISTEMICA
Y DE LA FACILITACIÓN
ADUANERA**

*Capítulo I: Normas fundamentales
Título II: De la Facilitación Aduanera
para el Comercio, De lo Sustantivo
Aduanero*

El presente título regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas naturales o jurídicas que realizan actividades directa o indirectamente relacionadas con el tráfico internacional de mercancías

Art. 104: Principios Fundamentales.

a. *Facilitación al Comercio Exterior.* – Los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional.

b. *Cooperación e intercambio de información.* – Se procurará el intercambio de información e integración a nivel nacional e internacional tanto con entes públicos como privados.

c. *Aplicación de buenas prácticas internacionales.* – Se aplicarán las mejores prácticas aduaneras para alcanzar estándares internacionales de calidad del servicio (COPCI, 2018b, p. 38).

*Capítulo VII: Regímenes Aduaneros
Sección II: Regímenes de exportación*

Para el proceso de exportación se deberá acogerse al **Art. 154 Régimen de Exportación definitiva.**

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables (COPCI, 2018b, p. 51).

Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario

Título I: Del Ámbito, Objeto y Principios

Artículo 1

La economía popular y solidaria es una forma de organización y asociación de los diferentes individuos tanto de la sociedad, el mercado y el estado, que trabajan en el desarrollo de procesos productivos, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de los bienes y servicios que obtienen; por una parte, ayuda a satisfacer las necesidades de los involucrados en determinado sector a la vez que favorece la generación de ingresos. El trabajo es en equipo a través de la cooperación, solidaridad y reciprocidad; así mismo, busca desarrollar ser humano y que mantenga una interrelación armoniosa con el medio ambiente, donde debe primar obtener bienestar colectivo sobre el individual y el lucro indiscriminado debe eliminarse Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS, 2018)

Fuente: (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) Código Orgánico de la Producción Comercio Inversiones (2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Para la presente investigación se utilizó el enfoque mixto, es decir, la sustentación de la información tuvo un enfoque cualitativo, así como cuantitativo, debido a que fue necesario analizar la variable independiente que es la oferta exportable de productos agrícolas (enfoque cuantitativo) y así también la variable dependiente que es la competitividad internacional (enfoque cualitativo).

El integrar los dos enfoques al proceso investigativo se logró establecer una relación sobre el vínculo que se establece por una parte con la descripción de la información obtenida de las fuentes de investigación cualitativa y la vez con la puntualidad de los datos cuantitativos; brindando de esta forma, una visión más amplia acerca de las variables de estudio.

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1. Enfoque cualitativo.

Hernández, Fernández, & Baptista (2014a) indican:

Este enfoque utiliza la recolección y análisis de los datos para perfeccionar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación, en los estudios cualitativos se pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. En la mayoría de los casos, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La investigación se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y por ello resulta un proceso “circular” donde una misma secuencia no siempre es aplicada en todos los casos debido a que dependerá del estudio al que este orientada (p. 7).

Dentro de la investigación se usó este enfoque para determinar la competitividad internacional del Ecuador a través del análisis de la situación actual del país dentro los principales mercados en donde tiene participación con sus productos.

Así también, considerando los principales destinos de exportación de los productos agrícolas y el nivel de competitividad que mantiene en dichos mercados a fin de aprovechar las oportunidades dentro de estos y para que de esta manera se incremente la oferta exportable de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y genere mayor competitividad, del mismo modo, los involucrados en el sector agrícola podrán establecer acciones que apoyen a incrementar los niveles de producción, es decir, se contará con alternativas futuras de mejora en la competitividad en el mercado internacional obteniendo información de los sectores involucrados en las exportaciones ya sea de forma directa o indirecta como las Pymes y MiPymes, instituciones públicas y privadas, especialistas, entre otros que trabajan diariamente de manera conjunta en la mejora de los procesos productivos y de comercialización internacional para obtener mayor participación y competitividad en el mercado.

3.1.1.2. Enfoque cuantitativo

Investigaciones de Hernández, Fernández, & Baptista (2014b) señalan:

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos de forma secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis (p. 4).

El enfoque cuantitativo se empleó para la información en base a la recopilación de datos numéricos y estadísticos sobre la oferta exportable existente de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico, para este proceso se utilizó información proveniente de bases de datos como el Banco Central del Ecuador (BCE), PROECUADOR, Trademap y Cobus Group, tomando en cuenta aquellos principales productos del sector que se requiere en relación a los últimos cinco años y considerado también los niveles de producción. Posteriormente la información obtenida fue interpretada y analizada en base a cuadros y tablas sobre las operaciones de exportación y proyectando las tendencias en torno a la oferta y la demanda, posibilitando conocer la contribución de las exportaciones del sector agrícola de la provincia

del Carchi y así mismo cual fue el comportamiento de la demanda en mercados internacionales, de igual forma se identificó los dos productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico que fueron exportados desde la provincia del Carchi y su participación a nivel internacional dadas las nuevas condiciones de vida por la pandemia del Covid-19.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación exploratoria.

De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2014c) afirman:

Esta investigación sirve para preparar el terreno, generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (p. 91).

Se aplicara la investigación exploratoria ya que se ha constando en el proceso de recopilación de información en relación con el tema central de investigación que este es prácticamente nuevo y poco estudiado, especialmente en el análisis de la oferta exportable de productos agrícolas de la provincia del Carchi que refuerzan el sistema inmunológico así como la competitividad que se ha dado en los mercados internacionales debido a la pandemia del Covid-19 que es un acontecimiento suscitado solo hace poco tiempo atrás. Así también servirá para identificar las ventajas y desventajas del sector analizado y tener un estudio más centralizado sobre los determinantes de la competitividad internacional que deberá tomar en cuenta para una adecuada inserción en los mercados.

3.1.2.2. Investigación descriptiva.

Los autores Hernández, Fernández, & Baptista (2014d) detallan:

Esta investigación busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o

recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (p. 92).

Al utilizar este tipo de investigación será posible describir lo relacionado a la oferta exportable de productos agrícolas de la provincia del Carchi así como el intercambio comercial en los principales mercados del exterior, tomando en cuenta que lo anterior se refiere a la variable independiente de este estudio, de igual manera se realizará un análisis preciso y claro sobre la variable competitividad en base a este sector en el ámbito internacional y la participación en el mercado de productos agrícolas, esto se refiere a la variable dependiente.

Durante esta investigación, los hechos se darán a conocer de una forma sistemática partiendo del aspecto conceptual, legal y finalmente el diagnóstico, el estudio se realizó de manera secuencial destacando partes clave de las variables que sustentan el estudio.

3.1.2.3. Investigación correlacional.

Hernández, Fernández, & Baptista (2014e) mencionan:

Esta investigación tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. La utilidad principal de este tipo de investigación es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en las variables relacionadas (p. 94).

Este tipo de investigación será de suma importancia en el desarrollo de este trabajo investigativo puesto que ayudará a medir la relación existente entre la oferta exportable – variable independiente y la competitividad internacional – variable dependiente dentro del contexto del cuidado del sistema inmunológico debido a la pandemia del Covid-19, este análisis permitirá conocer que sucederá o cómo afectará si se presenta un cambio en cualquiera de las dos variables de estudio y cuáles serán los efectos de estos cambios de forma independiente.

3.2. IDEA A DEFENDER

Con el análisis de la demanda mundial y la oferta exportable de la provincia del Carchi de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico se logrará medir la competitividad internacional existente de estos debido a la pandemia Covid-19.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

Tabla 2: Definición de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN REAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
Variable dependiente: Competitividad internacional	Según Ramos (2016) indica: Es el grado en el que un país, dentro del contexto de libre mercado, tiene la capacidad de producir un bien o servicio para satisfacer las exigencias de los mercados internacionales. Esto a través de potencializar la capacidad de las empresas y las industrias para generar ingresos y niveles de empleo óptimos de una forma sostenible, a la vez que paralelamente mantiene y amplía a largo plazo el ingreso real de las personas. (p. 89	Se refiere a la capacidad que posee un país de producir bienes o servicios con miras a ser comercializados en mercados internacionales, los cuales deben contar con un valor agregado que los hagan atractivos a los consumidores y que se orienten a satisfacer sus requerimientos y necesidades. Para esto se requiere del uso eficiente los recursos existentes a fin de obtener mayor rentabilidad y desarrollo interno del país.	La variable se orienta a la interacción de los agentes económicos inmersos dentro de este sector en el ámbito nacional para que en conjunto creen un ambiente de competitividad que se pueda exteriorizar a nivel internacional. Tomando en cuenta que un nivel adecuado de participación está relacionado con factores como: la calidad, infraestructura, satisfacción del cliente, productividad, nivel de vida, cultura: condicionantes que son necesarios para mantener una participación y competitividad sólida en los diferentes mercados potenciales.
Variable independiente: Oferta exportable	Se refiere a un producto competitivo, pues cuenta con altos estándares de calidad, con la capacidad de suministro continuo y sostenido en base a los volúmenes exigidos por el comprador, para un mercado específico, en el momento que se requiera. Es necesario conocer que este término describe algo más que el producto, pues comprende cuatro capacidades empresariales o de un sector: esta la parte productiva, el ámbito económico/financiero, la parte comercial y la finalmente lo relacionado con la gestión; en conjunto estas capacidades implica la probabilidad de altos niveles de competitividad en el ámbito internacional (MINCETUR, 2015).	La oferta exportable son los bienes que se producen a nivel nacional y que luego de cubrir la demanda interna se ofrecen a diferentes mercados que los requieran a fin de obtener ingresos económicos. Deben estar condicionados a los estándares exigidos y la normativa internacional vigente en cada uno de estos mercados para poder ingresar sin dificultad.	Los determinantes de la oferta exportable van más allá de contar con los volúmenes de producción requeridos por los socios comerciales internacionales y el cumplimiento de sus expectativas. Está estrechamente relacionada también con la capacidad económica, financiera y de gestión de las empresas que componen el sector objeto de estudio de esta Investigación.

3.3.2. Operacionalización de las variables

3.3.2.1. Variable independiente

Tabla 3: Operacionalización de la variable independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos	Informante
O F E R T A	Demanda		¿Cuál es la demanda a nivel mundial de los cinco productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
			¿Cuáles son los valores monetarios y volúmenes de los cinco productos agrícolas en datos históricos y proyecciones?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
			¿Cuáles son los potenciales mercados con mayor demanda para los productos agrícolas?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
			¿Cuáles de los cinco los productos agrícolas poseen mayor demanda en el mercado internacional?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
			¿Qué producto agrícola obtuvo la mayor tasa de crecimiento en el periodo analizado?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
			¿Existe déficit de consumo del aguacate en Países Bajos y de la cebolla en Estados Unidos?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 001	Trademap
			¿Cómo se desarrollan las exportaciones ecuatorianas de los cinco productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico?	Análisis de datos secundarios	Ficha 002	CobusGroup

Mercado	Oferta	¿Cuáles son los valores monetarios y volúmenes de los cinco productos agrícolas exportados desde Ecuador?	Análisis de datos secundarios	Ficha 002	CobusGroup
		¿Qué % de participación y tasa de crecimiento obtuvo la provincia del Carchi dentro de las exportaciones de los cinco productos agrícolas?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 002	CobusGroup
		¿Cuál es la producción nacional y de la provincia del Carchi de los dos productos agrícolas seleccionados con sus respectivas proyecciones?	Análisis de datos secundarios	Ficha 003	Sistema de Información Pública Agropecuaria
		¿Cómo se desarrollan las exportaciones de los dos productos agrícolas a nivel nacional, de la provincia del Carchi?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 002	CobusGroup
		¿Cuál será el comportamiento de las exportaciones de los dos productos agrícolas desde la provincia del Carchi de acuerdo con las proyecciones?	Análisis de datos secundarios	Ficha 002	CobusGroup
	Producto	¿Qué subpartidas arancelarias identifican a los cinco productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 004	Comité de Comercio Exterior
		¿Qué criterios se analizaron para la selección de los dos productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 001 Ficha 002	Trademap CobusGroup

	¿Cuáles son los dos productos agrícolas exportados desde la provincia del Carchi destinados a reforzar el sistema inmunológico?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 002	CobusGroup
	¿Se presenta consumo del aguacate en Países Bajos y de la cebolla en Estados Unidos de acuerdo con el indicador de CNA?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
	¿A que mercados está dirigida la exportación de aguacate y cebolla?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
	¿Qué mercados se encuentran en el top 10 de importadores de aguacate y cebolla a nivel mundial?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
	¿Qué países se encuentran en el top 10 de exportadores (proveedores) de aguacate y cebolla a nivel mundial?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
	¿Cuáles son los tres países que componen el diagnóstico de oportunidades del mercado tanto para el aguacate como para la cebolla?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 001	Trademap
Mercados internacionales			Ficha 005	Indexmundi
			Ficha 006	Datosmacro
	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla?	Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios	Ficha 007	Banco Mundial
			Ficha 008	The Global Economic
			Ficha 009	Market Access Map

			Ficha 010	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca
			Ficha 005	Indexmundi
			Ficha 006	Datosmacro
			Ficha 007	Banco Mundial
	De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?	Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios	Ficha 008	The Global Economic
			Ficha 009	Market Access Map
			Ficha 010	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca
Segmentación de mercado	¿Cuáles son los segmentos específicos en los mercados de Países Bajos y Estados Unidos para dirigir la oferta exportable del aguacate y la cebolla?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 011	Google Trends
	¿Qué tendencias de consumo presentan estos segmentos del mercado?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 012	Santander Trade
	¿Cuál es el perfil del consumidor estadounidense y neerlandés?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 012	Santander Trade

	<p>¿Qué población tiene en segmento de mercado de Estados Unidos y cómo será el comportamiento de las proyecciones a futuro?</p> <p>¿Qué población tiene en segmento de mercado de Países Bajos y cómo será el comportamiento de las proyecciones a futuro?</p>	<p>Análisis bibliográfico documental</p>	<p>Ficha 013</p>	<p>Eurostat</p>
<p>Factores externos</p>	<p>Sector agrícola de la provincia del Carchi</p>		<p>Guion de la entrevista 001</p>	<p>PROECUADOR</p>
	<p>Oferta exportable adecuada de cebolla y aguacate de la provincia del Carchi</p>		<p>Guion de la entrevista 002</p>	<p>Agrocalidad</p>
	<p>Comportamiento de la producción del aguacate y la cebolla carchense</p>			
	<p>Entidades de apoyo al sector productor-exportador</p>	<p>Entrevista semiestructurada</p>		
	<p>Problemas del sector productor y exportador de aguacate y cebolla carchense</p>		<p>Guion de la entrevista 003</p>	<p>Exportadores o empresas exportadoras de bienes agrícolas de la provincia del Carchi</p>
	<p>Cambios que implementarse para mejorar la oferta exportable de los dos productos.</p>			

3.3.2.2. Variable dependiente

Tabla 4: Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos	Informante
C O M P E T I T I V I D A D		Competidores	¿Cómo está compuesto el ranking de países exportadores de aguacate hacia Países Bajos?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 001	Trademap
			¿Cómo está puesto el ranking de países exportadores de cebolla hacia Estados Unidos?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 001	Trademap
			¿Qué posición ocupa el Ecuador en el ranking de competidores en los mercados seleccionados?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 001	Trademap
			¿Cuál es la tasa de crecimiento y la participación de las exportaciones ecuatorianas en estos mercados?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
			¿Cuáles son los competidores potenciales de la región en los mercados seleccionados?	Análisis de datos secundarios	Ficha 001	Trademap
G L O B A L I Z A C I O N	Globalización	Índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR)	¿Cuál es el IVCR en Países Bajos en relación con las exportaciones de aguacate desde el Ecuador?	Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios	Ficha 014	Corea del Sur-América Latina: Relación comercial e inversión
			¿Cuál es el IVCR en Estados Unidos en relación con las exportaciones de cebolla desde el Ecuador?	Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios	Ficha 014	Corea del Sur-América Latina: Relación comercial e inversión
			¿Existe competitividad por parte de los productos exportados a los mercados seleccionados?	Análisis bibliográfico documental	Ficha bibliográfica 014	Corea del Sur-América Latina: Relación comercial e inversión

Índice de Grubel-Lloyd (IGL)

Índice de Fajnzylber

¿Cuál es el comportamiento de la tendencia el IVCR del Ecuador en relación con sus principales competidores en los mercados de destino?

Análisis de datos secundarios

Ficha bibliográfica 014

Corea del Sur- América Latina: Relación comercial e inversión

¿Qué tipo de comercio se realiza entre Ecuador y Países Bajos de acuerdo con el IGL?

Análisis bibliográfico documental

Ficha 015

Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

¿Qué tipo de comercio se realiza entre Ecuador y Estados Unidos de acuerdo con el IGL?

Análisis bibliográfico documental

Ficha 015

Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

¿En qué teoría del comercio internacional debe apoyarse el Ecuador para mejorar los niveles de competitividad de los mercados de destino para el aguacate y la cebolla?

Análisis bibliográfico documental

Ficha 015

Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

¿Por qué tipo de situación competitiva está pasando las exportaciones de aguacate en el mercado de Países Bajos?

Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios

Ficha 015

Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

¿Por qué tipo de situación competitiva está pasando las

Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios

Ficha 015

Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la

	exportaciones de cebolla en el mercado de Estados Unidos?			Comisión Económica para América Latina y el Caribe
	¿Qué países de la región se encuentran como competidores potenciales del país en los mercados de destino en cuanto a las exportaciones de los 2 productos agrícolas?	Análisis bibliográfico documental	Ficha 015	Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe
	¿Presentan posicionamiento y eficiencia las exportaciones de los dos productos agrícolas en los mercados de destino seleccionados?	Análisis bibliográfico documental y de datos secundarios	Ficha 015	Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe
Factores externos	Panorama de la competitividad del país la provincia del Carchi con los dos productos agrícolas		Guion de la entrevista 001	PROECUADOR
	Factores que determinan la competitividad			
	La pandemia por el Covid-19 fue una posibilidad para aumentar la competitividad del aguacate y la cebolla	Entrevista semiestructurada	Guion de la entrevista 002	Agrocalidad
	Asesoramiento a productores y exportadores de bienes agrícolas sobre competitividad			Exportadores o empresas exportadoras de bienes agrícolas de la provincia del Carchi
	Mejora de la competitividad de aguacate y la cebolla frente a otros países de la región		Guion de la entrevista 003	

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos.

Dentro de los métodos para el trabajo de investigación se describen las formas de obtención de los resultados esperados, tanto en la respuesta a las preguntas de investigación, el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos y la idea a defender planteada.

3.4.1.1. Método deductivo.

Según Flamenco, Meléndez y Portillo (2015a) mencionan:

Se refiere al razonamiento que inicia con una verdad universal y así obtiene conclusiones particulares. Dentro de la investigación científica, se realiza a través de la argumentación deductiva compuesta de dos premisas, una universal y una particular, de aquí se deduce una conclusión basada en la referencia de la premisa universal a la particular, se contrapone a la inducción (p. 92).

La utilización de este método dentro de la investigación será para analizar los datos cuantitativos que se presenten en esta, partiendo de la búsqueda de información de forma general sobre las exportaciones del sector agrícola de área geográfica objeto de estudio, los niveles de producción, la oferta exportable existente de estos productos y así obtener datos de una forma más particular sobre los dos productos principales del sector que se exportan a mercados internacionales y la demanda insatisfecha que allí se encuentre; este método ayudará a un análisis más puntual sobre el tema central de la investigación estudiado: la oferta exportable de productos agrícolas y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid-19.

3.4.1.2. Método inductivo.

Según Flamenco, Meléndez & Portillo (2015b):

Este método se direcciona por la observación y la experiencia que proporciona la observación y análisis de los hechos de forma particular, para concluir de ellos en una verdad general o generalizaciones (hipótesis, leyes y teorías) a fin de sobrepasar el ámbito reducido en que se inicia el estudio. Es una guía de investigaciones cualitativas que inician con ciertas observaciones del

acontecimiento, de las cuales inductivamente se desglosan algunas cualidades que finalmente nos dan un concepto sobre el fenómeno estudiado” (p. 93).

La aplicación de este método en la investigación es mediante el análisis de datos cualitativos obtenidos sobre la competitividad internacional del Ecuador y su participación comercial en relación con los países con los cuales mantiene negociaciones y las ventajas que estos le representan, así también la información bibliográfica revisada sobre temas como los posibles consumidores, características de los posibles mercados objetivos, apoyo gubernamental y políticas enfocadas al comercio de los productos agrícolas, existencia de planes estratégicos en el sector y financiamiento para los productores del sector agrícola de la provincia del Carchi, así también se analizará los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a expertos del sector, quienes pueden brindar información más objetiva sobre el problema de estudio y de acuerdo con esta apreciación y su experiencia se tendrá un mejor direccionamiento sobre cómo se encuentra este sector actualmente y como se podría desenvolver a futuro.

3.4.2. Técnicas.

Las técnicas aplicadas en la recolección de datos dentro de la investigación se utilizó la entrevista semiestructurada que se realiza bajo un direccionamiento de preguntas estandarizadas. Así, las preguntas se plantean de la misma forma y en el mismo orden a cada uno de los individuos seleccionados, es necesario elaborar un guion, este debe incluir todas las preguntas claves para la investigación (Mejía, 2019). A través de esta técnica se podrá conocer a mayor detalle cómo se encuentra el sector agrícola de la provincia del Carchi mediante el juicio emitido por expertos que se encuentran en contacto con la realidad, se aplicó a:

- Agrocalidad
- PROECUADOR
- Empresas del sector agrícola

Igualmente se utilizará la técnica de datos secundarios que se refiere a la revisión de documentos, registros públicos y archivos físicos o electrónicos sobre el tema de estudio, esta técnica es necesaria debido a que, para la obtención de información de tipo cuantitativa sobre las exportaciones, niveles de producción, oferta exportable, demanda en los mercados

internacionales se hará la revisión de bases de datos como TradeMap, Banco Central del Ecuador, Cobus Group y similares.

En cuanto a los datos cualitativos se hará uso de la técnica de revisión de documentos, registros, materiales y artefactos pues estos permiten conocer a mayor profundidad el problema objeto de estudio a través de la exploración de recursos existente en la web como sitios web oficiales, documentos escritos, videos, archivos, entre otros que sean afines tanto al sector agrícola ecuatoriano así como a la competitividad internacional y las características de los mercados para los productos agrícolas destinados a reforzar el sistema inmunológico.

3.4.3. Análisis Estadístico

Para el análisis estadístico se consideraron los datos secundarios obtenidos de las bases de datos del Banco Central del Ecuador, Cobus Group, Trade Map, Sistema de Información Pública Agropecuaria – SIPA, FAOSTAT – estadísticas de la Organización para la Agricultura y la Alimentación mediante sus portales oficiales, aquí se tomó en cuenta la información referente a los cinco productos agrícolas destinados a reforzar el sistema inmunológico considerando tanto la demanda a nivel internacional y la oferta desde el Ecuador, además, una vez especificados los dos productos agrícolas para el estudio se consideró adicionalmente la oferta exportable desde la provincia del Carchi, los niveles de producción a nivel nacional y provincial con las respectivas proyecciones para los años siguientes.

Así también, los principales competidores en el mercado internacional donde fue necesaria la elaboración de un estudio de mercado por cada producto tomando en cuenta los factores económicos, políticos y sociales y seleccionado un país destino específico donde fue factible direccionar la oferta exportables de los productos agrícolas y a la vez fundamentar la variable de competitividad internacional a partir de la obtención de indicadores del nivel competitivo del país frente a los principales competidores en los mercados seleccionados. Estos datos se analizaron aplicando un pronóstico mediante el análisis de serie de tiempo aplicando regresión lineal, logarítmica y exponencial dependiendo del comportamiento de los datos analizados a través de método de mínimos cuadrados que es el más común para estos casos.

Para medir la competitividad internacional del producto se aplicó el índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR) de Bela Balassa (1963) que permite conocer si un país j está

especializado en la exportación de un bien determinado k al analizar las exportaciones del país j a un socio comercial o país i , es IVCR es mayor ($>$) que 0 el país exportador cuenta con buena participación lo que significa contar con competitividad en este producto con el país socio y mientras mayor sea el valor indicará más competitividad, por lo contrario este es menor ($<$) que 0 existirá desventaja comparativa con el producto en el país determinado, por ende la participación y competitividad serán también una desventaja para el país. (Quintero, Omaña y Ramírez, 2020).

Adicional se utilizó el índice de Grubel-Lloyd para determinar el tipo de comercio con los países seleccionados, determinar si existe ventaja comparativa o competitiva con estos mercados y las acciones que debe desarrollar el sector agrícola en este caso para mejorar la participación y ser más competitivo a nivel internacional, adicional, se aplicó el indicador de Fajnzylber que a través del posicionamiento y al eficiencia de las exportaciones de determinado producto mide la competitividad de un país en un mercado de destino, para todo el análisis de datos se utilizó fichas bibliográficas de las fuentes de información.

3.4.3.1. Población

De acuerdo con López (2015a) señala: “Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación, puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros” (p. 1). Para el desarrollo de esta investigación se tomará como población de estudio a los expertos del sector agrícola tanto de entes públicos, así como de las empresas del ámbito privado dedicadas a la producción de los bienes agrícolas dentro de la provincia del Carchi.

3.4.3.1.1. Población de expertos seleccionada para la entrevista.

Para la investigación se analizó la población de expertos en el tema para realizar la entrevista y se selecciona a los que estén relacionados con el sector agrícola dentro de la provincia del Carchi, obteniendo:

Tabla 5: Población para la aplicación de la entrevista

N°	Cargo	Nombre	Teléfono	Correo electrónico
1	Especialista Sectorial Zona 1 PROECUADOR	Ing. Oscar Ruano	0990291114	oruano@proecuador.gob.ec
1	Técnico de Sanidad Vegetal AGROCALIDAD	Ing. Vladimir Cruz	062988954	danny.cruz@agrocalidad.gob.ec
1	Técnico de campo y laboratorio MIRA FRUITS CIA. LTDA.	Ing. Paul Enríquez	0999132431	enriquezpaul441@gmail.com
1	Gerente General Export Import Milevyn Cia. LTDA.	Ing. Iván López	062982596	exportimportmilevyn@hotmail.com

Fuente: Entrevistados

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DE FUENTES SECUNDARIAS

La pandemia ocasionada por el Covid-19, provocó un cambio drástico en la forma de alimentación y compra de productos de las personas, quienes empezaron a optar por tendencias de consumo más saludables, naturales y orientadas al cuidado de la salud que debido a las rutinas tan exigentes que mantenían se había descuidado en la mayoría de los casos. La Coordinadora Internacional de Posgrado en Áreas Salud de la Universidad Europea del Atlántico, Irma Domínguez (2020) señala:

Si bien la mayoría de los esfuerzos están orientados a combatir y contener el virus, es clave considerar que existen factores de riesgo importantes que condicionan la gravedad y evolución de la COVID-19. Se han producido casos graves y muertes en ancianos y en quienes ya padecían cuadros de obesidad, diabetes tipo 2 e hipertensión arterial, enfermedades asociadas a la mala alimentación, que aumentan el riesgo de hospitalización y necesitan cuidados especiales. Por lo tanto, las personas necesitan orientación sobre una mejor nutrición y un estilo de vida saludable, mayores recursos para mantener una buena salud y, sobre todo, fortalecer el sistema inmunológico y/o evitar que empeoren los cuadros de las enfermedades crónicas preexistentes (p. 1).

Por ello, los esfuerzos también se han orientado a la difusión de recomendaciones y acciones que los países y las personas deben tener en cuenta para hacerle frente al virus que ha cobrado millones de vidas hasta ahora.

Es así, que entidades de índole mundial y que se preocupan por la salud y el bienestar de la población han unido esfuerzos para realizar estudios e investigaciones sobre el cuidado de la salud, las formas adecuadas de alimentación, la seguridad alimentaria y más aspectos dentro del contexto de la pandemia y postpandemia, entre ellas están la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Organización Mundial de la salud (OMS), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Programa Mundial de Alimentos (PMA), entre los más relevantes, que a través de sus canales oficiales han dado a conocer información fundamental sobre el cuidado de la salud, la alimentación, la seguridad e inocuidad de los alimentos, recalcando que la prevención es clave en estos momentos, además, de optar por el consumo de productos frescos, con mínima industrialización y que aporte al

cuidado y refuerzo del sistema inmunológico; es aquí donde los productos agrícolas tienen alta participación y aunque al principio de la crisis sanitaria los canales de distribución y las cadenas de suministro sufrieron colapsos, las empresas trabajaron para mejorar estos aspectos y adaptando nuevos procesos se logró abastecer los mercados.

El consumo de productos agrícolas desde que los inicios del virus Covid-19 aumento sobremanera, especialmente en el último año, pues los especialistas en salud y nutrición de la mayoría de países concuerdan que son las vitaminas, minerales, antioxidantes y proteínas de origen vegetal de este tipo de productos, ayudan al cuidado y fortalecimiento del sistema inmunológico y a su vez este será capaz tanto de defender al cuerpo de virus y bacterias y posiblemente también de disminuir la intensidad de las enfermedades infecciosas. A continuación se detallan cinco de los productos agrícolas más consumidos y sus beneficios, considerando el aporte específico de componentes que ayudan a reforzar el sistema inmunológico, de esta forma se asignó la puntuación a cada variable y finalmente tras la suma se evidenció cual de estos son lo que poseen mayor beneficio a la salud.

4.1.1. Principales productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico

Tabla 6: Principales productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico

Productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico						
Variable	Producto	Naranja	Fresa	Aguacate	Brócoli	Cebolla
Vitamina C		1	1	1	1	1
Vitamina A		1	1	1	1	1
Vitamina E		-	-	1	1	-
Vitamina B		1	1	1	-	1
Vitamina K		-	-	-	1	-
Flavonoides		1		1		1
Omega - 3		-	-	1	-	-
Polifenoles		-	1	1	-	1
Fibra		1	1	1	1	1
Selenio		1	-	1	-	1
Zinc		1	-	1	1	1
Magnesio		-	-	1	1	-
Quercetina		-	1	-	-	1
Glutación		-	-	1	-	-
Total		7	6	12	7	9

Fuente: Tomado de FAO, OCDE, OMS y PMA, 2020.

De acuerdo con la tabla anterior, se destacaron los componentes principales de cada producto agrícola destinados a reforzar el sistema inmunológico y tras la sumatoria respectiva se obtuvo

al aguacate con 12 puntos como principal producto que refuerza el sistema inmunológico pues es conocido como un superalimento muy completo en vitaminas, minerales, ácidos grasos y antioxidantes claves para el cuidado de la salud, seguido de la cebolla con nueve puntos que gracias a los flavonoides, vitaminas y antioxidantes ayudan a frenar infecciones y fortalecer el sistema inmune, también destacó el brócoli y la naranja con siete puntos, el primero es fuente de vitaminas, minerales y antioxidantes claves para reforzar el sistema inmune se considera como un superalimento, cuya demanda ha mostrado aumento progresivo, en relación con la naranja destaca su alto contenido de vitamina C, que es clave para la resistencia a infecciones que sumado a los flavonoides favorecen al refuerzo del sistema inmunitario, además son antivirales y antibacterianas y finalmente la fresa con un puntaje de seis que es rica en vitaminas y junto con la quercetina aportan sustancialmente a reforzar y cuidar el sistema inmune que fue el más afectado debido al brote del coronavirus.

Es claro que los beneficios que aportan cada uno de los productos mencionados deben considerarse adicional a las condiciones del mercado en relación con la demanda existente, pues de esta forma ayudan a validar que la selección de dos está dada tanto por los componentes que poseen para reforzar el sistema inmune y adicional a ello el nivel de demanda existente en el mercado internacional debido a la pandemia Covid-19.

Una vez evidenciados los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico se procedió a recoger datos estadísticos sobre estos en el mercado nacional e internacional, para ello se detalla las subpartidas arancelarias del Sistema Armonizado que identifica a cada uno de los productos.

4.1.1.1. Clasificación arancelaria de los productos agrícolas

Tabla 7: Clasificación arancelaria de los productos agrícolas

Clasificación arancelaria productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico					
Producto	Sección	Capítulo		Partida	Subpartida
		08		08.05	0805.10.00.00
Naranja	II Reino Vegetal	Frutas y comestibles; de agrios	frutos cortezas	Agrios (cítricos) frescos o secos	Naranjas
		08		08.10	0810.10.00.00
Fresas	II Reino Vegetal	Frutas y comestibles; de agrios	frutos cortezas	Las demás frutas u otros frutos, frescos	Fresas
Aguacate	II	08		08.04	0804.40.00.00

	Reino Vegetal	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	Aguacates (paltas)
		07	07.04	0704.10.00.00
Brócoli	II Reino Vegetal	Legumbres y hortalizas, plantas raíces y tubérculos alimenticios	Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género Brassica, frescos o refrigerados.	Coliflores y brócolis
		07	07.03	0703.10.00
Cebolla	II Reino Vegetal	Legumbres y hortalizas, plantas raíces y tubérculos alimenticios	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.	- Cebollas y chalotes -- Cebollas 0703.10.00.12 ---Roja (<i>Allium cepa. L</i>)

Fuente: Tomado de Comité de Comercio Exterior, 2017

En la tabla anterior, se especificó de forma individual la clasificación arancelaria perteneciente a los productos ya mencionados, con el fin de proporcionar la codificación precisa y apoyar a la búsqueda de información estadísticas en las bases de datos de comercio internacional.

4.1.2. Selección de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico

4.1.3. Análisis de la demanda mundial de los 5 productos que refuerzan el sistema inmunológico

Para esta parte de la investigación se recolectó información sobre la demanda mundial de los cinco principales productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico, posterior a ello se detalló en tablas de forma ordenada los datos cuantitativos de cada producto en Miles de USD y en Toneladas (Tn), midiendo a la vez la tasa de crecimiento acumulada (TVA) en el periodo 2016 a 2020, a continuación se realizó las proyecciones pertinentes para cada caso. Estos datos sirvieron como determinantes para posteriormente seleccionar dos productos que presentaron mayor demanda en el mercado internacional.

4.1.3.1. Producto 1: Naranja 0805.10

Tabla 8: Demanda mundial de naranja y proyecciones

	Año	Miles de USD	Tasa de crecimiento acumulada	Año	Toneladas	Tasa de crecimiento acumulada
Datos históricos	2016	5.159.920,00	3%	2016	7.110.704	-1%
	2017	5.597.408,00		2017	7.134.110	
	2018	5.974.733,00		2018	7.496.109	
	2019	5.312.053,00		2019	7.004.846	
	2020	6.010.181,00		2020	6.916.486	
Datos proyectados	2021	5.944.261,95	2021	6.689.374		
	2022	6.008.751,10	2022	6.099.205		
	2023	6.065.179,39	2023	5.355.208		
	2024	6.115.392,37	2024	4.457.383		

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

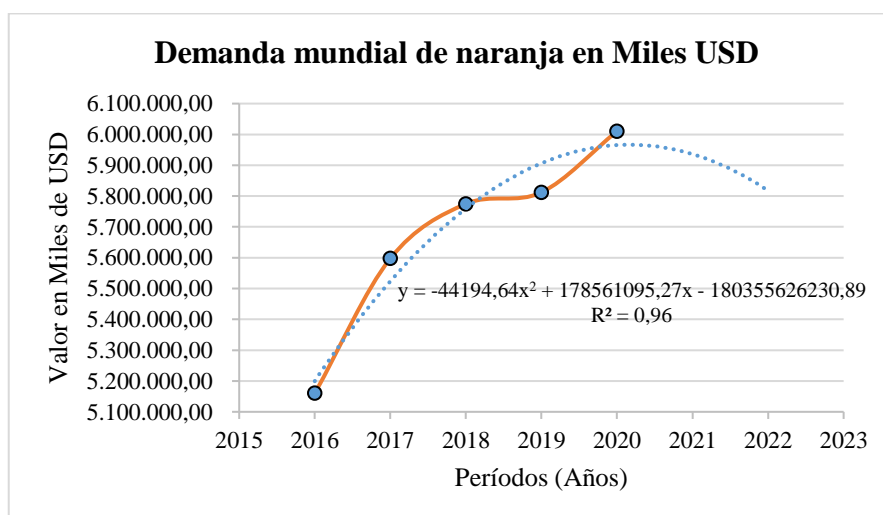


Gráfico 1: Demanda de naranja en miles de USD a nivel mundial

De acuerdo con los datos recolectados se evidenció que la demanda en Miles de USD de naranja presenta mucha variación con una tendencia de crecimiento desde el año 2016 a 2018, en 2019 muestra una caída representativa y para el 2020, el año de la pandemia Covid 19 nuevamente incrementa la demanda debido principalmente al mayor consumo por ser un producto que refuerza el sistema inmunológico, existe una TVA del 3% en los periodos analizados. En cuanto a las proyecciones se evidencia que se mantendrá el mismo comportamiento de consumo fluctuante, tal apreciación se realiza considerando además que el año 2021 luego del proceso de vacunación las personas se sienten más confiadas y ya no persiste tanto en ellos el temor de contagio del virus.

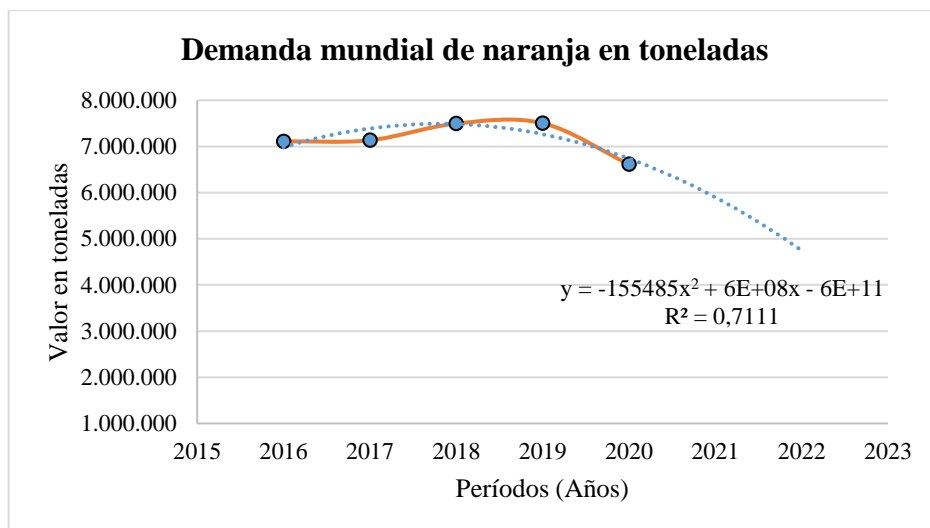


Gráfico 2: Demanda de naranja en toneladas a nivel mundial

Dentro de los datos recolectados sobre las cantidades en toneladas demandas de naranja a nivel mundial se logró evidenciar que muestran una tendencia de crecimiento constante en los años 2016 a 2019, en el 2020 donde dio inicio la emergencia sanitaria se presentó una disminución de la cantidad demanda, pues las restricciones impedían que el comercio de los productos se llevara a cabo con normalidad y a la vez las personas pese a requerir el producto no lograban acceder a este por el confinamiento, existe una TVA de -1% en los periodos analizados. En cuanto a las proyecciones de las cantidades demandadas mostraron una disminución progresiva para los años siguientes pues los consumidores de a poco dejaron su preocupación y temor al contagio del virus disminuyendo el consumo de este bien.

4.1.3.2. Producto 2: Fresa 0810.10

Tabla 9: Demanda mundial de fresa y proyecciones

	Año	Miles de USD	Tasa de crecimiento acumulada	Año	Toneladas	Tasa de crecimiento acumulada
Datos históricos	2016	2.619.737,00	4%	2016	908.625	1%
	2017	2.866.261,00		2017	951.983	
	2018	2.869.528,00		2018	960.045	
	2019	3.150.398,00		2019	969.530	
	2020	3.207.597,00		2020	956.043	
Datos proyectados	2021	3.875.916,00	2021	971.158		
	2022	4.021.902,00	2022	975.577		
	2023	4.167.888,00	2023	979.404		
	2024	4.313.874,00	2024	982.780		

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

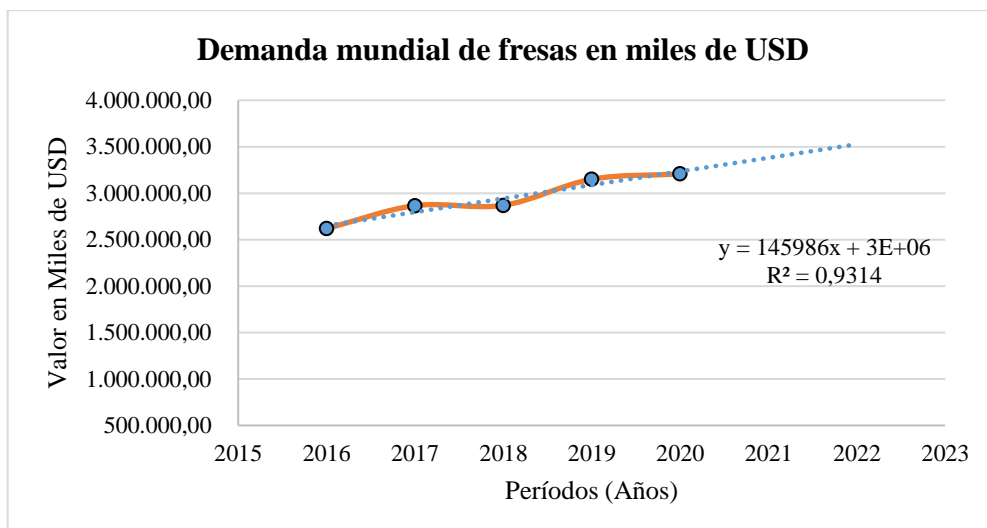


Gráfico 3: Demanda de fresas en miles de USD a nivel mundial

En cuanto a este producto se evidenció una demanda con tendencia creciente y con poca variabilidad desde el año 2016 hasta 2020, en este último periodo de igual forma persiste el consumo considerando que la fresa ayuda a reforzar el sistema inmunológico, se presenta una TVA del 4% en los periodos analizados. Los datos proyectados indican un crecimiento en proporciones similares a los datos históricos y continúa manteniéndose la tendencia creciente, se puede aducir entonces que si existirá demanda del bien analizado.

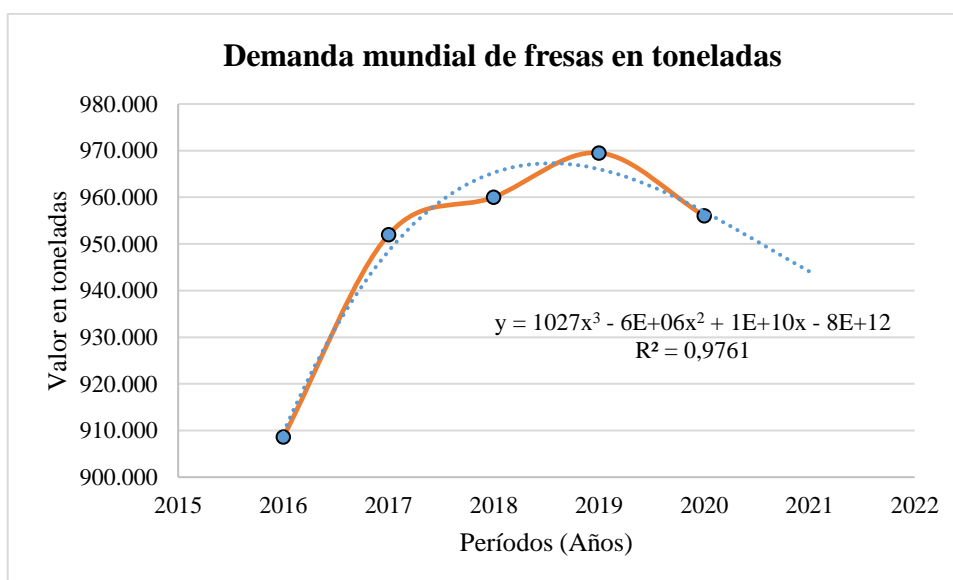


Gráfico 4: Demanda de fresas en toneladas a nivel mundial

La cantidad demandada de este producto a nivel mundial mostró una tendencia de crecimiento desde el año 2016 a 2019, pero en el 2020 presenta una ligera disminución pues por las medidas

de restricción debido a la pandemia no era posible la comercialización de los productos con normalidad, indica una TVA de 1% en los periodos analizados. Las proyecciones dan a conocer un crecimiento leve de la cantidad demandada para los próximos años, evidenciado que si existirá demanda de fresas en el mercado mundial.

4.1.3.3. Producto 3: Aguacate 0804.40

Tabla 10: Demanda mundial de aguacate y proyecciones

	Año	Miles de USD	Tasa de crecimiento acumulada	AÑO	Toneladas	Tasa de crecimiento acumulada
Datos históricos	2016	4.819.274,00	8%	2016	1.951.583	7%
	2017	6.122.383,00		2017	2.094.399	
	2018	6.032.996,00		2018	2.509.489	
	2019	7.086.796,00		2019	2.605.076	
	2020	7.190.024,00		2020	2.705.186	
Datos proyectados	2021	6.791.759,47	2021	2.959.985		
	2022	6.945.910,15	2022	3.061.522		
	2023	7.079.441,54	2023	3.152.289		
	2024	7.197.224,58	2024	3.234.583		

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

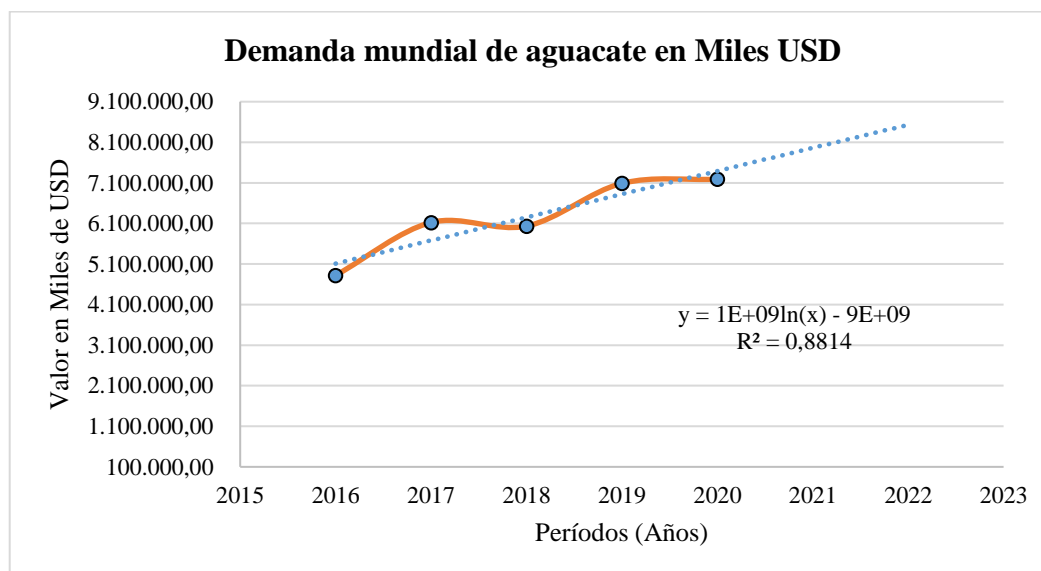


Gráfico 5: Demanda de aguacate en Miles de USD a nivel mundial

Los datos analizados mostraron una tendencia de la demanda de aguacate creciente y así también los valores van aumentando paulatinamente dentro de los periodos 2016 a 2020, es considerado un superalimento pues contiene la mayoría de vitaminas, minerales y

antioxidantes, en el año de la pandemia Covid 19 se presenta un alto consumo por sus beneficios para el cuidado del sistema inmunológico, se evidenció una TVA del 8%. Dentro de las proyecciones existe una disminución no tan significativa en el año 2021 pues como bien se indicó con la vacunación los consumidores canalizaron sus recursos a otras actividades y dejaron un poco de lado el cuidado de la salud, pese a ello se sigue manteniendo la tendencia creciente para periodos posteriores.

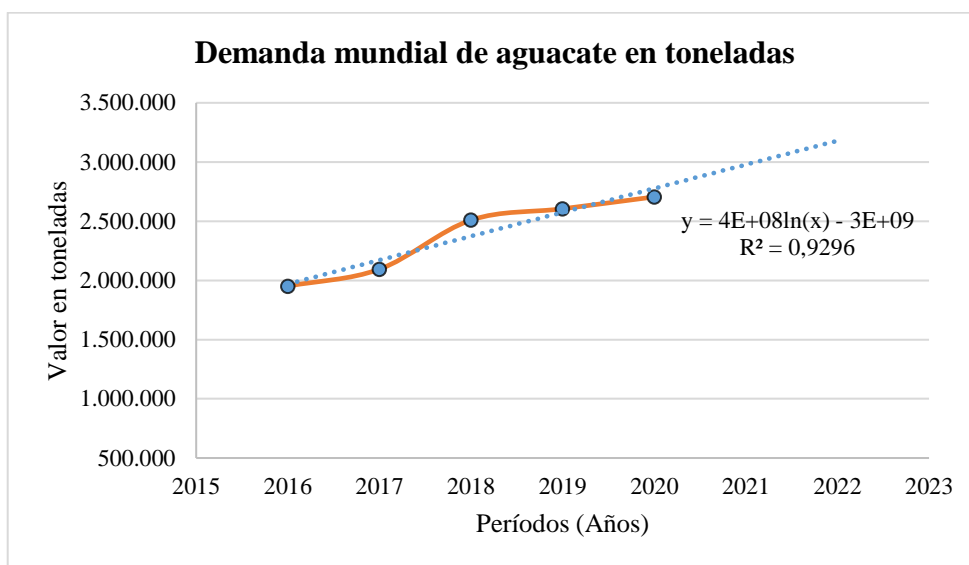


Gráfico 6: Demanda de aguacate en toneladas a nivel mundial

La cantidad demanda de aguacate en el mercado mundial va en crecimiento dentro de los periodos 2016 a 2020, pues no solo es un bien que ayuda a reforzar el sistema inmunológico sino que cuenta con grandes propiedades nutricionales por lo que se evidenció alta demanda, la TVA de los periodos analizados es del 7%. Sobre los datos proyectados existe un comportamiento similar a los años estudiados con anterioridad y la cantidad va en aumento paulatinamente, mostrando que si existirá demanda del producto analizado.

4.1.3.4. Producto 4: Brócoli 0704.10

Tabla 11: Demanda mundial de brócoli y proyecciones

	Año	Miles de USD	Tasa de crecimiento acumulada	Año	Toneladas	Tasa de crecimiento acumulada
Datos históricos	2016	1.044.370,00	5%	2016	1.000.103	2%
	2017	1.169.617,00		2017	1.096.690	
	2018	1.229.521,00		2018	1.107.797	
	2019	1.293.931,00		2019	1.109.997	

Datos proyectado	2020	1.356.253,00	2020	1.104.056
	2021	1.336.458,38	2021	1.110.260
	2022	1.365.404,95	2022	1.119.745
	2023	1.390.479,61	2023	1.127.963
	2024	1.412.597,03	2024	1.135.211

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

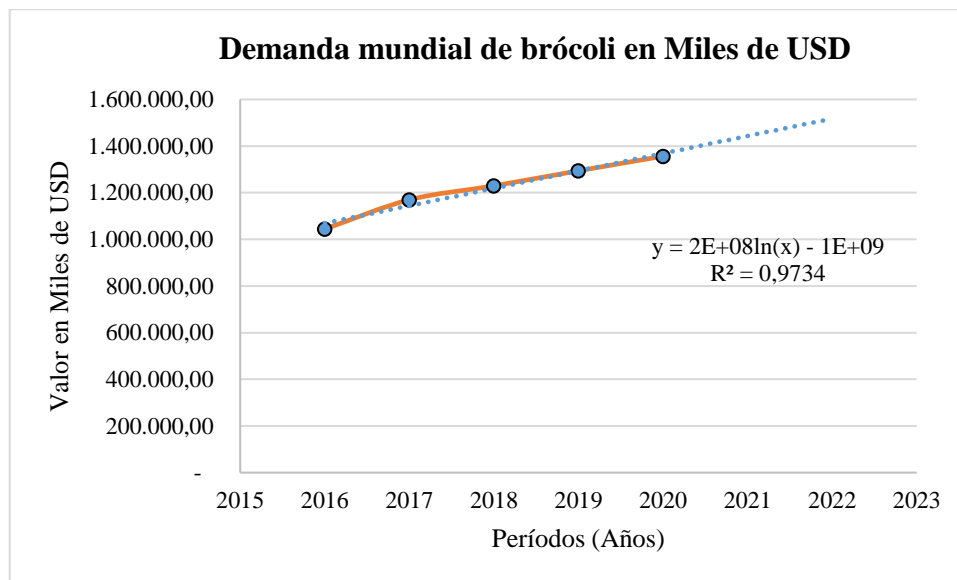


Gráfico 7: Demanda de brócoli en Miles de USD a nivel mundial

La demanda mundial de este producto presentó una tendencia de consumo creciente y con poca variabilidad, dentro de los periodos 2016 a 2020, así también, en el 2020 si existe un aumento considerable del consumo de brócoli tomando en cuenta la crisis sanitaria mundial que se suscitó y los beneficios de este producto para reforzar el sistema inmunológico, la TVA fue de 5% para los periodos analizados. Las proyecciones que se realizaron indican un patrón de consumo inferior en el 2021 y para los años siguientes se continuara con la tendencia de consumo creciente, con un aumento de los valores en la demanda.

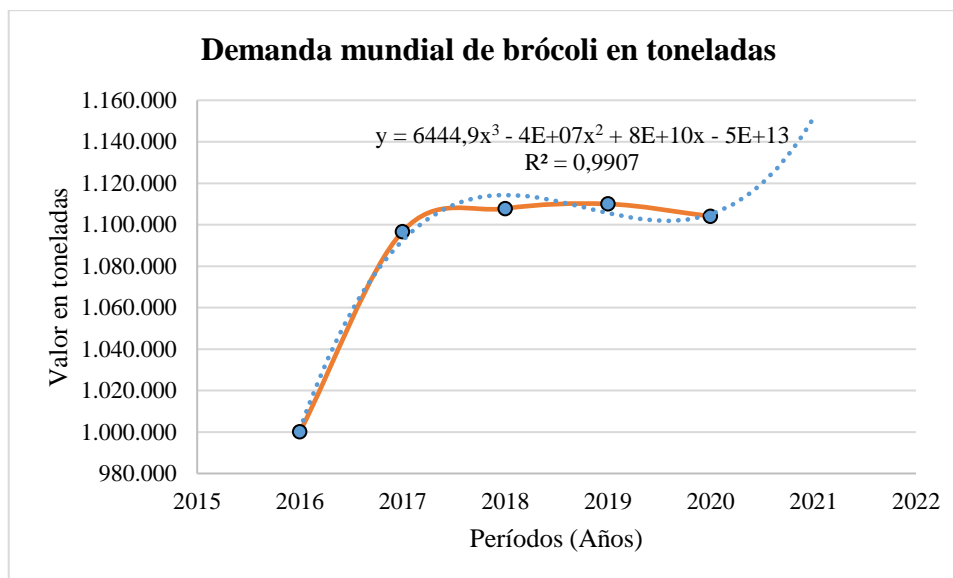


Gráfico 8: Demanda de brócoli en toneladas a nivel mundial

De acuerdo con la información obtenida, la demanda en cantidad de brócoli muestra una tendencia de crecimiento desde el año 2016 a 2020, pues si existió consumo de este bien el mercado internacional debido a su uso para reforzar el sistema inmunológico, la TVA es del 2% en los periodos analizados. Así también, los datos proyectados presentan un crecimiento en los años siguientes, esto indica que se presentara una demanda constante de este bien.

4.1.3.5. Producto 5: Cebolla 0703.10

Tabla 12: Demanda mundial de cebolla y proyecciones

	Año	Miles de USD	Tasa de crecimiento acumulada	Año	Toneladas	Tasa de crecimiento acumulada
Datos históricos	2016	3.159.813,00	3%	2016	8.000.183	1%
	2017	3.138.310,00		2017	7.867.582	
	2018	3.345.038,00		2018	8.322.764	
	2019	3.682.934,00		2019	8.414.209	
	2020	3.374.505,00		2020	8.396.354	
Datos proyectados	2021	3.679.051,75	2021	8.600.766		
	2022	3.737.472,70	2022	8.652.452		
	2023	3.788.079,23	2023	8.697.224		
	2024	3.832.717,35	2024	8.736.716		

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

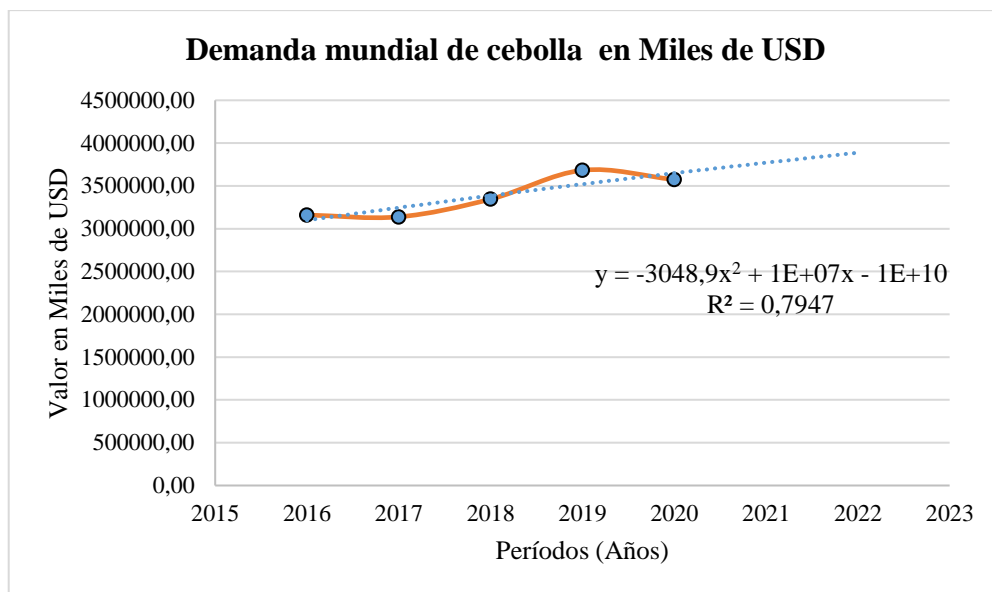


Gráfico 9: Demanda de cebolla en Miles de USD a nivel mundial

De acuerdo con la información recolectada se logró evidenciar que la tendencia de consumo de la cebolla presenta ciertas variaciones dentro de los periodos analizados, del año 2016 a 2019 existe mayor valor en la demanda e incluso en el último de estos periodos existe un aumento considerable, pero en el año 2020 se presenta una ligera disminución pese a que este producto también se consume para reforzar el sistema inmunológico, con esto no se quiere decir que exista menor demanda pues pueden presentarse otros factores que alteren este valor. En relación con los datos proyectados en el 2021 nuevamente se presenta una tendencia de consumo en aumento y es progresiva para los años posteriores, tomando en cuenta además que este producto es de consumo diario en los hogares.

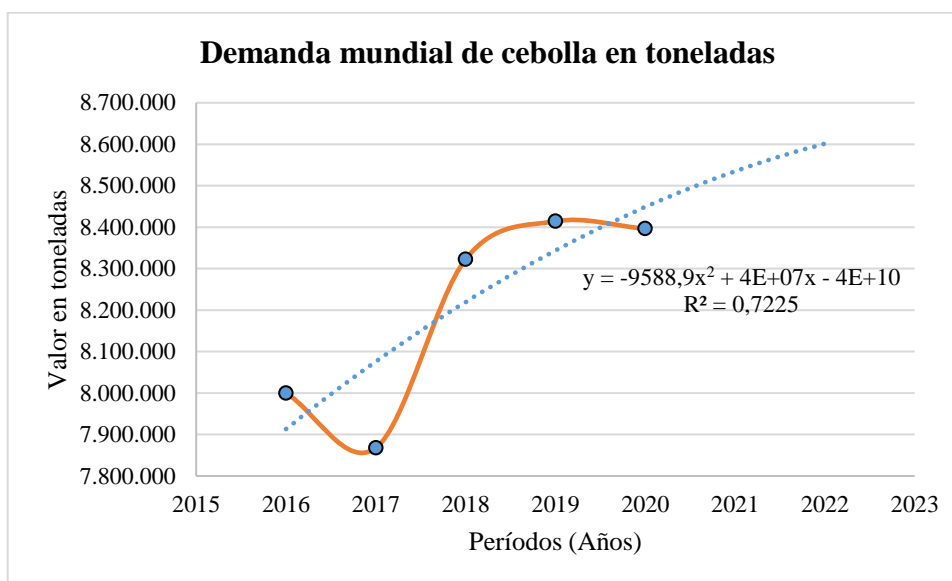


Gráfico 10: Demanda de cebolla en toneladas a nivel mundial

La cantidad demanda del producto mostró una tendencia que va en crecimiento desde el año 2016 a 2020, cabe aclarar que en el 2015 existe una disminución representativa y para los años siguientes sigue manteniendo los niveles de crecimiento puesto que este también es uno de los bienes que mayormente se consumió para reforzar el sistema inmune, la TVA es del 1% en los periodos estudiados. Sobre los datos proyectados se indica que mantienen la tendencia de crecimiento aunque algo leve y por ello se aduce que si habrá consumo en los mercados internacionales.

Cabe aclarar también que dentro de las gráficas de cada uno de los productos se mostraron diferencias significativas en la forma de crecimiento y existió fluctuación tanto en los valores en USD como en toneladas al observar las tendencias, esto fue debido a que los precios varían dependiendo de la cantidad que se haya demandado, es decir, que si existen sobreoferta del bien demandado el precio disminuirá pues el poder adquisitivo será mayor, caso opuesto si la oferta es baja las personas deberán pagar más para consumir determinado producto y el valor en USD de igual forma aumentará pero la cantidad bajará ya que el poder adquisitivo disminuirá, este comportamiento se observó al analizar los datos estadísticos.

4.1.4. Análisis de las exportaciones u oferta del Ecuador de los 5 productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico

Se tomó en consideración que el país en su mayoría posee las condiciones necesarias para la producción agrícola de productos que cuentan con gran reconocimiento en el mercado internacional, así pues, para realizar una selección adecuada de los bienes agrícolas que se orientan a reforzar el sistema inmunológico debido a la pandemia Covid 19 y medir la competitividad de estos en el mercado internacional, se procedió analizar las exportaciones de los 5 productos agrícolas desde las diferentes provincias del país y así constatar si existen datos cuantitativos sobre ello en valores monetarios (USD) y cantidades (toneladas), indicando también la tasa de crecimiento acumulada desde el año 2017 a 2021 y además, evidenciar la presencia de empresas o exportadores específicamente desde la provincia del Carchi que es la zona de delimitación para la presente investigación.

4.1.4.1. Producto 1: Naranja 0804.40

Tabla 13: Exportaciones de naranja en USD

Exportaciones en Valores FOB USD								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Guayas	60.480,00	157.934,00	-	-	-	218.414,00	62%	80%
Pichincha	50.459,54	803,43	29.409,94	330,97	840,58	81.844,46	23%	-56%
Carchi	-	7.320,00	47.388,24	-	-	54.708,24	15%	73%
Total	110.939,54	166.057,43	76.798,18	330,97	840,58	354.966,70	100%	-62%

* Los datos se proyectaron con: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las exportaciones de este producto en valores FOB USD mostraron ciertas fluctuaciones dentro de los periodos 2017 a 2021, se exportó un valor aproximado del 354.966 FOB USD, siendo el 2018 donde se presentó un valor superior a los otros años, la tasa de crecimiento fue de -62%. Las provincias que exportan naranja son Guayas con el 62% de participación, Pichincha con 23% y Carchi el 15%; pese a que la provincia del Carchi posee participación en este producto, no existen datos en todos los años analizados por lo que no sería aconsejable seleccionar este producto para el estudio.

Tabla 14: Exportaciones de naranja en toneladas

Exportaciones en toneladas								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Guayas	64,32	158,87	-	-	-	223,19	43,1%	73%
Carchi	-	73,20	131,76	-	-	204,96	39,6%	39%
Pichincha	47,85	0,12	41,07	0,13	0,06	89,22	17,2%	-13%
Total	112,17	232,19	172,83	0,13	0,06	517,37	100%	-78%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

En cuanto a las cantidades exportadas del producto se evidenció un total de 517,37 toneladas (Tn) dentro de los periodos 2017 a 2021, en el año 2018 se exportó un volumen representativo que destaca de los otros años analizados, se obtuvo una tasa de crecimiento de -78% en todo el periodo. La provincia del Guayas concentró el 43,1% del volumen exportado, seguida de Carchi que representó el 39,6% y Pichincha con 17,2%, pese a que existe participación de la provincia del Carchi no muestra una tendencia a seguir que valide la investigación en cuestión, razón por la cual se descarta este producto. Además, los datos de exportación de este bien desde la provincia del Carchi no expresan que exista producción en esta provincia, sino que solamente

se realiza el proceso de exportación a Colombia mediante el paso de frontera Tulcán – Ipiales y el producto es proveniente de provincia como Pichincha por ejemplo.

Tabla 15: Número de empresas exportadoras de naranja

Número de empresas por provincia				
Provincias	2017	2018	2019	2020
Pichincha	1	1	4	1
Guayas	3	-	-	-
Carchi	-	1	3	-
Total	4	2	7	1

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las empresas exportadoras de naranja están concentradas en la provincia de Pichincha con exportaciones en cada año del periodo 2017 a 2020, seguida de la provincia del Guayas que no mantiene participación de forma consecutiva con exportaciones solo en 2017, en cuanto a la provincia del Carchi exportó solamente en el año 2018 y 2019, se concluye entonces que la mencionada provincia no muestra participación representativa en este producto y no sería adecuado seleccionar este para la investigación.

4.1.4.2. Producto 2: Fresa 0810.10

Tabla 16: Exportaciones de fresa en USD

Exportaciones en Valores FOB USD								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Cañar	-	-	-	2.431,00	-	2.431,00	64%	-
Guayas	1.331,40	0,20	-	-	-	1.331,60	35%	-49%
Pichincha	-	20,00	-	-	-	20,00	1%	-
Total	1.331,40	20,20	-	2.431,00	-	3.782,60	100%	13%

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Dentro de los valores FOB USD exportados de este producto se evidenció que son poco representativos puesto que no se realizaron exportaciones constantes y existen datos de forma esporádica en los periodos analizados, se exportó un valor total de 3.782,60 FOB USD y el año 2020 obtuvo el valor más representativo en relación con los demás, la tasa de crecimiento fue de 13%. La provincia del Cañar abarca el 64% de participación, seguida de Guayas con el 35% y finalmente Pichincha con el 1% restante, las proyecciones para el 2021 no se reflejan pues no es posible realizar los cálculos por la falta de datos base. Cabe mencionar que en este producto

la provincia del Carchi no tiene participación por lo que se descartaría la fresa de la lista de bienes a seleccionar para el estudio.

Tabla 17: Exportaciones de fresa en toneladas

Exportaciones en toneladas								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Guayas	1,18	0,003	-	-	-	1,18	52%	-49%
Cañar	-	-	-	1,00	-	1,00	44%	-
Provincias	-	0,08	-	-	-	0,08	4%	-
Total	1,18	0,08	-	1,00	-	2,26	100%	-3%

Fuente: Tomado de CobusGroup,2020

En relación con la cantidad exportada, los datos indicaron un total de 2,26 Tn en los años 2017 a 2020, el 2021 no posee datos debido a la falta de estos para realizar las proyecciones respectivas, en el año 2017 se presentó el mayor volumen exportado de fresas, la tasa de crecimiento fue de -3%. La participación en cuanto a volúmenes se concentró en Guayas con un 52%, seguido de Cañar con el 44% y el 4% restante perteneciente a Pichincha. No se encuentran datos sobre la provincia del Carchi en este producto y se descarta como posible a seleccionar.

Tabla 18; Número de empresas exportadoras de fresa

Número de empresas por provincia				
Provincias	2017	2018	2019	2020
Guayas	1	-1	-	-
Pichincha	1	-	-	-
Cañar	-	-	-	1
Total	2	-1	-	1

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las empresas exportadoras de fresa son escasas con solamente 2 en la provincia del Guayas y una en las provincias de Pichincha y Cañar, es claro entonces que este producto no es competitivo en el mercado internacional y se ha descartado del estudio al no encontrarse datos sobre la provincia del Carchi.

4.1.4.3. Producto 3: Aguacate 0804.40

Tabla 19: Exportaciones de aguacate en USD

Exportaciones en Valores FOB USD								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Azuay	-	-	16.530.000,00	210.000,00	540.000,00	17.280.000,00	57%	-45%
Los Ríos	-	1.400.000,00	3.200.000,00	2.390.000,00	2.685.000,00	9.675.000,00	32%	14%
Pichincha	78.827,00	213.699,01	577.560,09	1.110.069,11	968.254,23	2.948.409,44	10%	65%
Guayas	121.870,20	70.555,18	-	8.991,00	7.365,00	208.781,38	1%	-41%
Carchi	38.913,60	3.660,00	10.692,00	72.232,56	50.268,00	175.766,16	1%	5%
Imbabura	740,52	6.080,10	-	127.488,00	80.954,00	215.262,62	1%	68%
Tungurahua	-	-	1.784,50	623,55	598,65	2.408,05	0%	-32%
Santo Domingo	-	-	-	288,00	-	288,00	0%	-
Chimborazo	111,25	-	-	-	-	111,25	0%	-
Esmeraldas	-	-	-	40,00	-	40,00	0%	-
Total	239.610,8	1.693.994,29	20.320.036,59	3.919.732,22	4.331.841,23	30.505.215,13	100%	75%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

En cuanto a las exportaciones en valores FOB USD de este producto se evidenció que en los periodos 2017 a 2021 los valores exportados aumentaron significativamente, se exportó un valor aproximado de 30.505 millones FOB USD, el año 2019 presentó el valor más representativo con FOB USD en relación con los otros años analizados, la tasa de crecimiento fue de 75%. La participación se concentra en la provincia del Azuay con un 57%, Los Ríos representa el 32%, Pichincha con 10%, las provincias del Carchi, Imbabura y el Guayas con el 1% y Chimborazo, Tungurahua, Esmeraldas y Santo Domingo con <1% de participación; cabe destacar que la provincia del Carchi pese a que posee un porcentaje bajo de participación, la tasa de crecimiento acumulada es del 5%, además, tiene valores representativos en cada año y este podría a ser uno de los bienes a seleccionar para el estudio.

Tabla 20: Exportaciones de aguacate en toneladas

Exportaciones en toneladas								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Azuay	-	-	950,00	300,00	250,23	1.500,23	29%	-23%
Carchi	185,77	7,40	5,72	708,95	425,13	1.332,97	26%	18%
Pichincha	48,58	103,13	453,82	166,08	375,36	1.146,97	23%	51%
Los Ríos	-	70,00	160,00	310,00	290,54	830,54	16%	33%
Guayas	79,46	82,22	-	1,14	1,02	163,83	3%	-57%
Imbabura	0,42	7,71	-	77,95	34,21	120,29	2%	35%
Tungurahua	-	-	0,69	0,34	0,28	1,31	0%	-
Santo Domingo	-	-	-	0,14	-	0,14	0%	-

Esmeraldas	-	-	-	0,12	-	0,12	0%	-
Chimborazo	0,02	-	-	-	-	0,02	0%	-
Total	313,81	270,45	1.570,24	1.564,71	1.376,77	5.096,43	100%	34%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las exportaciones en cantidad de aguacate tuvieron ciertas fluctuaciones dentro del periodo 2017 a 2021 y se evidenció un aumento representativo de un año a otro, se exportó un total de 5.096,43 Tn, el año 2019 tuvo mayor volumen exportado con 1.570.24 Tn, la tasa de crecimiento fue de 34%. La participación en relación con el volumen estuvo liderada por la provincia del Azuay con 29%, seguida del Carchi con 26%, Pichincha 23%, Los Ríos el 16%, el Guayas 3%, Imbabura con 2% y Tungurahua, Santo Domingo, Esmeraldas y Chimborazo, con <1% de participación.

Es claro que el Carchi cuenta con alto volumen de producción y exportación de aguacate, la tasa de crecimiento acumulada es de 18%, se evidenció un contraste con el valor monetario, pues en esta provincia se situó en el 5to lugar a diferencia del volumen exportado donde obtuvo el 2do lugar, lo anterior puede deberse a que el precio del aguacate carchense es inferior al de otras provincias o entre otros factores pero pese a ello los volúmenes exportados son representativos y todo esto es un indicio positivo para seleccionar este bien como objeto del presente estudio.

Tabla 21: Número de empresas exportadoras de aguacate

Número de empresas por provincia				
Provincias	2017	2018	2019	2020
Carchi	2	2	1	3
Guayas	3	2	-	1
Pichincha	4	5	7	9
Imbabura	1	2	-	1
Chimborazo	1	-	-	-
Los ríos	-	1	1	1
Azuay	-	-	2	1
Tungurahua	-	-	1	1
Esmeraldas	-	-	-	1
Santo Domingo	-	-	-	1
Total	10	12	12	19

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las empresas exportadoras de aguacate se concentran en las provincias de Pichincha, el Guayas y Carchi pues se evidencia participación de estas en todos los años analizados, así también el resto de provincias cuentan con al menos una empresa dedicada a la exportación de este bien

pero no de forma consecutiva. Es factible considerar este producto para el análisis planteado en la investigación.

4.1.4.4. Producto 4: Brócoli 0704.10

Tabla 22: Exportaciones de brócoli en USD

Exportaciones en Valores FOB USD								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Pichincha	65.582.994,64	58.260.781,13	188.414.812,26	200.061.217,10	206.581.435,63	718.901.240,76	99%	26%
Cotopaxi	338.631,60	467.133,70	2.147.802,60	1.916.630,02	2.623.631,55	7.493.829,47	1%	51%
Total	65.921.626,24	58.727.914,83	190.562.614,86	201.977.847,12	209.205.067,18	726.395.070,23	100%	26%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las exportaciones de brócoli en valores FOB USD indicaron un aumento significativo dentro del periodo 2017 a 2021; se exportó aproximadamente 726.395 millones FOB USD, el año 2021 mostró de acuerdo con las proyecciones un mayor valor exportado con 209.205 millones FOB USD, la tasa de crecimiento fue de 26%. La participación está dividida solamente en dos provincias con el 99% se encuentra Pichincha y el restante 1% lo ocupa Cotopaxi. Al no existir datos sobre la provincia del Carchi se descarta este producto para el estudio.

Tabla 23: Exportaciones de brócoli en toneladas

Exportaciones en Toneladas								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Pichincha	32.404,97	29.210,73	90.588,41	97.373,99	102.217,86	351.795,97	99%	26%
Cotopaxi	245,54	283,05	1.288,04	1.093,05	1.570,74	4.480,41	1%	45%
Total	32.650,51	29.493,78	91.876,45	98.467,04	103.788,60	356.276,38	100%	26%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

En cuanto a las cantidades exportadas de este producto de mostraron datos consecutivos y en aumento dentro del periodo analizado, un total de 356.276 Tn se exportó desde el año 2017 a 2021, así también, la proyección indicó que en el año 2021 se presentó mayor volumen exportado con 103.788 Tn, la tasa de crecimiento fue de 26%. Dentro de la participación, la provincia de Pichincha concentró el 99% y el restante 1% la provincia de Cotopaxi. Se descarta este producto del estudio al no existir datos de la provincia del Carchi.

Tabla 24: Número de empresas exportadoras de brócoli

Número de empresas por provincia				
Provincias	2017	2018	2019	2020
Pichincha	3	4	3	3
Cotopaxi	1	1	1	1
Total	4	5	4	4

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

En cuanto a las empresas exportadoras de brócoli se encuentran concentradas solamente en dos provincias, evidenciando que en Pichincha existen más empresas exportadoras de este bien, Cotopaxi cuenta con la participación de solo una empresa en cada año del periodo analizado, este producto cuenta con gran participación en el mercado internacional y en los últimos años los valores tanto monetarios como en cantidad han aumentado progresivamente, pese a este antecedente se ha descartado del estudio al no encontrarse datos sobre la provincia del Carchi.

4.1.4.5. Producto 5: Cebolla 0703.10

Tabla 25: Exportaciones de cebolla en USD

Exportaciones en Valores FOB USD								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Pichincha	42.780,94	54.281,25	637.091,36	283.397,02	425.265,87	1.442.816,44	78%	58%
Carchi	72.714,30	243.668,10	-	24.508,80	18.648,39	359.539,59	19%	-12%
El Oro	28.244,00	-	4.682,00	-	-	32.926,00	2%	-41%
Guayas	12.000,00	-	-	-	-	12.000,00	1%	-
Tungurahua	-	-	-	10.162,82	-	10.162,82	1%	-
Total	155.739,24	297.949,35	641.773,36	318.068,64	443.914,26	1.857.444,85	100%	23%

* Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Las exportaciones de cebolla en valores FOB USD indicaron datos algo dispersos pues no en todos los años del periodo 2017 a 2021 contienen valores, se exportó aproximadamente 1.857 millones FOB USD, el año 2019 concentró el valor más alto exportado de 641.773,36 FOB USD, la tasa de crecimiento fue de 23%. Sobre la participación se distribuyó el 78% en la provincia de Pichincha, en el Carchi el 19%, El Oro con 2% terminando con Tungurahua y el Guayas con 1%. Carchi cuenta con un porcentaje representativo sobre este producto por lo que sería factible su selección para el estudio.

Tabla 26: Exportaciones de cebolla en toneladas

Exportaciones en toneladas								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Carchi	379,05	1.084,84	-	81,70	60,85	1.606,43	73%	-26%
Pichincha	41,68	49,53	150,69	75,16	98,74	415,80	19%	19%
El Oro	141,22	-	0,50	-	-	141,72	6%	-49%
Guayas	45,36	-	-	-	-	45,36	2%	-
Tungurahua	-	-	-	5,51	-	5,51	0%	-
Total	607,31	1.134,37	151,19	162,36	159,59	2.214,81	100%	-23%

* Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

Sobre las cantidades exportadas, los datos mostraron variaciones dentro del periodo 2017 a 2021, un total de 2.214,81 Tn se exportó de este producto, el año 2018 indicó el volumen más alto con 1.134,37 Tn, la tasa de crecimiento fue de -23%. La mayor participación en cantidad está en la provincia del Carchi con el 73%, seguido de Pichincha con 19%, El Oro 6% y el Guayas con el 2%. Al existir datos de alta participación del Carchi en relación con este producto es factible seleccionarlo para la investigación en curso, además, sobre el contraste presentado al comparar con los valores FOB USD donde Carchi se sitúa en segundo lugar puede deberse a que la cebolla exportada desde esta provincia tiene un precio inferior a la que se envía desde Pichincha entonces el valor en dólares baja, en cambio al analizar las cantidades exportadas, el Carchi ocupó el primer lugar pues los volúmenes que comercializó a mercados internacionales fue muy superior a las otras provincias participantes, este entre otros factores serían los causantes de estas variaciones.

Tabla 27: Número de empresas exportadoras de cebolla

Número de empresas por provincia				
Provincias	2017	2018	2019	2020
Pichincha	1	5	5	6
Carchi	3	-	-	1
Guayas	-	-	-	-
El oro	1	-	1	-
Tungurahua	-	-	-	2
Total	5	5	6	9

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

La provincia de Pichincha muestra mayor número de empresas exportadoras del producto, seguida de Carchi y El Oro, Tungurahua y el Guayas pero las empresas no participan de forma consecutiva dentro del periodo analizado. Se puede evidencia entonces que si es posible analizar este producto pues si existe participación y datos acerca de la provincia del Carchi.

4.1.5. Criterios de selección del producto

Para seleccionar los dos productos agrícolas a estudiar de forma específica se analizó algunos criterios considerados importantes previo a la obtención de datos cuantitativos tanto en la demanda y la oferta, tales como valor en USD, tasa de crecimiento y cantidad medida en toneladas (Tn), obtenida esta información se realizó la ponderación por puntos, asignando un valor alto (1), medio (2) y alto (3) respectivamente a cada criterio.

Tabla 28: Criterios de selección de los 2 productos agrícolas

Criterios de selección de los productos												
Variables	Productos	Naranja		Fresa		Aguacate		Brócoli		Cebolla		
		Ponderación	Calificación	Puntos	Calificación	Puntos	Calificación	Puntos	Calificación	Puntos	Calificación	Puntos
DEMANDA	Demanda mundial en dólares	12,50%	2	0,25	1	0,125	3	0,375	2	0,25	3	0,375
	Tasa de crecimiento en dólares	12,50%	1	0,125	1	0,125	3	0,375	1	0,125	2	0,25
	Demanda mundial en toneladas	12,50%	2	0,25	2	0,25	3	0,375	2	0,25	3	0,375
	Tasa de crecimiento en toneladas	12,50%	1	0,125	1	0,125	2	0,25	1	0,125	2	0,25
	Exportaciones Ecuador en dólares	12,50%	1	0,125	1	0,125	3	0,375	2	0,25	2	0,25
OFERTA	Tasa de crecimiento Ecuador en dólares	12,50%	1	0,125	2	0,25	3	0,375	2	0,25	1	0,125
	Exportaciones Ecuador en toneladas	12,50%	2	0,25	1	0,125	3	0,375	3	0,375	2	0,25
	Tasa de crecimiento Ecuador en toneladas	12,50%	1	0,125	1	0,125	3	0,375	2	0,25	1	0,125
	TOTAL	100%		1,38		1,25		2,88		1,88		2

Una vez analizados los criterios de selección del producto antes mencionados se obtuvo que los productos que cuenta con valores representativos al analizar tanto la oferta como la demanda y dentro de la ponderación realizada obtuvieron valores de dos y tres en la mayoría de criterios fueron el aguacate con una puntuación de 2,88 y la cebolla con una puntuación de 2, pues se consideró que los valores tanto en USD, tasa de crecimiento y cantidad medida en toneladas (Tn) serían factibles para el estudio en cuestión y además, en los bienes antes mencionados es donde la provincia del Carchi sí cuenta con una participación representativa en las exportaciones del país, así también, se evidenció empresas exportadoras que se tomaron como referencia para una mejor sustentación del trabajo investigativo, todo lo anterior fue determinante para analizar la oferta exportable existente de los productos agrícolas seleccionados y medir a la vez la competitividad internacional.

4.1.6. Estudio de mercado

En esta parte de la investigación se realizó el diagnóstico situacional del mercado internacional específicamente para los dos productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico previamente seleccionados puesto que fue necesario conocer que mercados específicamente demandaban estos productos y ofrecían mayores beneficios. Para ello se inició con la recolección de datos cuantitativos tanto del aguacate y la cebolla en relación con las exportaciones del Ecuador específicamente, así como de los mayores importadores a nivel mundial, con esto se logró la selección de los tres principales países con mayor demanda de cada producto respectivamente, seguido se aplicó una matriz POAM (perfil de oportunidades y amenazas del medio) y se aplicó el método por puntos para la ponderación respectiva de los diversos indicadores analizados, así, se obtuvo un mercado específico para cada producto en cuestión.

4.6.1.1. Estudio de mercado del aguacate

4.6.1.1.1. Ficha técnica

Tabla 29: Ficha técnica del aguacate

		<h3 style="text-align: center;">Ficha Técnica del Aguacate</h3>		20/12/2021
				Revisión: 01
				Página: 1
Nombre científico		Nombre comercial	Subpartida arancelaria	
<i>Persea Americana</i>		Aguacate / palta	- Aguacates (paltas) frescos o secos: 0804.40.00.00	
Descripción	Fruta de forma ovoide o aplanada con una semilla dura y pesada, color verdoso y con piel (cáscara) delgada o gruesa, arrugada o lisa; cuando alcanzado la etapa de maduración la pulpa es oleosa, similar a la mantequilla y va de color amarillo a verde claro. La producción inicia a los 4 o 5 años desde la plantación y se desarrolla mejor en climas cálido – templado, posee un gran valor nutritivo pues es considerado un superalimento			
Conservación		Información nutricional		
Recomendable de 4 a 9 °C y 80-90% de humedad relativa, para frutos verde-maduros 5-13 °C, maduros de 2-4 °C, bajo estas condiciones duran hasta 28 días.		Cada 100 gr. de producto comestible contiene:		
		Agua: 73,23 gr. Grasa total: 14,66 gr. Ac. Grasos monoinsaturados: 9 gr. Ac. Grasos poliinsaturados: 1,8 gr. Ac. Pantoténico: 1,39 mg. Ac. Fólico: 81 mg.	Energía: 160 kcal. Proteína: 2 gr. Calcio (Ca): 12 mg. Magnesio (Mg): 29 mg. Vitamina C: 10 mg. Vitamina E: 2,07 mg.	Carbohidratos: 8,53 gr Fibra dietética: 6,7 gr. Fosforo (P): 52 mg. Potasio (K): 485 mg. Niacina: 1,74 mg. Vitamina B6: 0,26 mg
Clasificación por calibre		Características de calidad		
Calibre	Peso en gramos	% Materia Seca: Mínimo 21% Máximo 28%		
12	306-365	Color: Característico uniforme.		
14	266-305			
16	236-265			

18	211-235	Olor: Característico, libre de olores extraños. Sabor: Característico, libre de sabores extraños. Forma: Característica ovalada, ovoide o aperada. Condiciones de Almacenamiento y refrigeración: 3°C a 7°C.
20	191-210	
22	171-190	
24	159-170	
26	149-158	
28	138-148	
30	129-137	
32	102-128	

Usos y beneficios

Consumo directo en estado fresco o como ingrediente en ensaladas, sopas y platos principales, por su alto contenido de vitaminas, minerales ácidos grasos y antioxidantes se le atribuye muchas propiedades para el cuidado de la salud como controlar la presión arterial, el colesterol, es antiinflamatorio, control de los niveles de azúcar en la sangre, aumentan la absorción de nutrientes, cuidan de la piel, apoya el buen funcionamiento del sistema nervioso y muscular y sobre todo es son de gran importancia para el fortalecimiento del sistema inmunológico.

Fuente: Importacol, 2021

4.6.1.1.2. Exportaciones de aguacate del Ecuador al mercado internacional

Se analizó los principales países destino de las exportaciones de Ecuador mediante un top 10 dentro del periodo 2017 a 2021, considerando que este último año contiene datos proyectados, se detallaron los valores en Miles de USD, utilizando la subpartida 0804.40. - Aguacates (paltas)

Tabla 30: Exportaciones de aguacate desde Ecuador

N°	Importadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021*	Tasa de crecimiento acumulada	Participación a nivel de Ecuador
1	Estados Unidos de América	0	1200	2780	1970	2987	10%	82%
2	España	44	148	553	230	398	39%	10%
3	Colombia	66	186	0	71	90	10%	3%
4	Países Bajos	0	120	17	57	42	10%	2,40%
5	Hong Kong, China	16	17	1	33	20	16%	1,40%
6	Singapur	9	0	0	25	0	-10%	1%
7	Malasia	0	0	0	9	0	-50%	0,40%
8	Suiza	0	0	2	1	1	-13%	0%
9	Italia	0	7	0	0	0	0%	0%
10	Emiratos Árabes Unidos	4	0	200	0	0	-100%	0%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Trademap, 2020

Mediante la tabla anterior se analizó el top 10 de los países a los que es exportado el aguacate ecuatoriano donde se evidenció que Estados Unidos de América es el mayor consumidor de

este producto con valores en miles de USD crecientes dentro del periodo 2017 a 2021, la tasa de crecimiento fue del 10% que es considerable y en la participación concentra el 82% de la exportación ecuatoriana, estos indicadores fueron claves para determinar que resultaría como un mercado atractivo para el estudio pues mostró datos representativos en cuanto a la demanda.

4.6.1.1.3. Principales importadores de aguacate a nivel mundial

Aquí se tomó en consideración los países que importan o demandan aguacate (paltas) a nivel mundial mediante un top 10, analizando el periodo 2017 a 2021, utilizando en este último año las proyecciones para obtener datos referenciales, esto expresado en valores miles de USD.

Tabla 31: Principales importadores de aguacate a nivel mundial

N°	Importadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020	Valor importado en 2021*	Tasa de crecimiento	Participación a nivel mundial
1	Estados Unidos de América	2.727.914	2.448.390	2.863.791	2.540.264	2.667.277	5%	35%
2	Países Bajos	552.680	540.220	817.596	1.028.335	1.203.152	17%	14,20%
3	Francia	447.843	408.709	521.341	518.846	549.977	6%	7,20%
4	España	252.413	281.138	341.286	389.303	443.805	14%	5,40%
5	Alemania	275.557	320.473	348.635	384.262	434.216	13%	5,30%
6	Reino Unido	282.426	267.404	342.470	348.388	376.205	8%	4,80%
7	Canadá	224.030	223.286	237.830	234.665	248.745	6%	3,20%
8	Japón	205.195	218.121	239.702	224.130	228.260	1%	3,10%
9	Federación de Rusia	36.253	59.010	91.172	121.845	173.020	42%	1,70%
10	Bélgica	82.400	78.110	97.159	113.764	125.140	10%	1,60%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Trademap, 2020

Al analizar la tabla anterior se evidenció que dentro del top 10 de los países que demandan aguacate a nivel mundial, Estados Unidos de América fue quien mostró datos más representativos en especial en los valores en miles de USD, importando 2.667.277 USD en el año 2021 y aunque la tasa de crecimiento fue de 5% solamente, dentro de la participación ocupa el 35% del mercado mundial en cuanto a la demanda del producto, lo anterior resultó favorable al momento de considerarlo como uno de los posible mercados a analizar dentro del estudio.

4.6.1.1.4. Principales exportadores de aguacate a nivel mundial.

Se detalló el top 10 de los principales exportadores del producto a nivel mundial, con esto se logró identificar a los competidores potenciales dentro del mercado de aguacate, se consideró el período 2017 a 2021, realizando las proyecciones respectivas para el último año, esto en valor de Miles de USD.

Tabla 32: Principales exportadores de aguacate a nivel mundial

N°	Exportadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021*	Tasa de crecimiento	Participación nivel mundial
1	México	2.827.913	2.562.387	2.912.587	2.746.170	2.910.940	6%	42,30%
2	Países Bajos	631.390	730.303	886.300	1.060.440	1.240.715	17%	16,30%
3	Perú	581.229	722.310	751.330	759.054	865.322	14%	11,70%
4	España	348.130	353.580	384.646	442.889	487.178	10%	6,80%
5	Chile	391.115	273.628	300.699	219.424	206.259	-6%	3,40%
6	Estados Unidos de América	152.328	179.803	154.261	164.461	172.684	5%	2,50%
7	Colombia	52.948	62.732	89.053	146.029	194.219	33%	2,20%
8	Kenya	78.011	118.289	102.397	116.235	131.346	13%	1,80%
9	Nueva Zelandia	87.051	71.385	69.579	115.418	122.343	6%	1,80%
10	Marruecos	46.161	55.968	51.441	107.740	156.223	45%	1,70%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Trademap, 2020

La tabla anterior mostró los principales exportadores de aguacate a nivel mundial, como país más representativo se encontró a México, quien exportó 2.910.940 miles de USD en el año 2021, la tasa de crecimiento fue del 6% y ocupó el 42,3% del mercado mundial de este producto, estos datos son muy significativos al momento de seleccionar los países adecuados para comercializar este bien pues la lista anterior muestra a los competidores potenciales y posiblemente no sea adecuado considerarlos como mercados de estudio.

4.6.1.1.5. Análisis e interpretación de datos.

Para la determinación adecuada de los 3 mercados que demandan el aguacate con la subpartida 0804.40 se consideró el top de 10 de los principales destinos de las exportaciones del Ecuador de este producto, también se tomó en cuenta los países que importan el producto a nivel mundial mediante un top 10, posteriormente se analizó el indicador de tasa de crecimiento y también el

porcentaje de participación, con estos datos se logró seleccionar a los países, información detallada a continuación:

Tabla 33: Formato de selección de los países del estudio

N°	Países importadores de aguacate	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación a nivel mundial	Países destino de las exportaciones de Ecuador	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación a nivel de Ecuador
1	Estados Unidos de América	5%	35%	Estados Unidos de América	10%	82%
2	Países Bajos	17%	14,2%	España	39%	10%
3	Francia	6%	7,2%	Colombia	10%	3%
4	España	14%	5,4%	Países Bajos	10%	2,4%
5	Alemania	13%	5,3%	Hong Kong, China	16%	1,4%
6	Reino Unido	8%	4,8%	Singapur	-10%	1%
7	Canadá	6%	3,2%	Malasia	-50%	0,4%
8	Japón	1%	3,1%	Suiza	-13%	0%
9	Federación de Rusia	42%	1,7%	Italia	0%	0%
10	Bélgica	10%	1,6%	Emiratos Árabes Unidos	-100%	0%
*Países que se repiten en la lista de importadores de aguacate a nivel mundial y países que exporta Ecuador						
*Indicadores de tasa de crecimiento y porcentaje de participación sean igual o superior al 10%						

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

Para la selección de los países adecuados para el estudio se analizó a través de la tabla anterior los porcentajes de tasa de crecimiento y participación en el mercado con un valor mayor o igual al 10%, así también se consideró a los países que se repiten tanto como mayor importadores de aguacate a nivel mundial así como en los destinos de la exportación desde Ecuador específicamente, se obtuvo entonces que los tres países para la posterior aplicación de la matriz POAM fueron: Estados Unidos de América, España y Países Bajos.

Estados Unidos de América se seleccionó debido a que es el mayor importador de aguacate a nivel mundial con una tasa de crecimiento de 5% y 35% en cuanto a la participación y a la vez es el principal destino de la exportación ecuatoriana del producto con una tasa de crecimiento de 10% y una participación en el mercado del 82%, aunque la tasa de crecimiento a nivel mundial es algo baja es un mercado en crecimiento pues así lo evidenciaron los datos analizados.

El segundo país fue España, es el cuarto importador a nivel mundial de aguacate con una tasa de crecimiento de 14% y un porcentaje de participación del 5,4%, así también, es el segundo

destino de las exportaciones de Ecuador con relación al producto analizado, cuenta con una tasa de crecimiento de 39% y una participación del 10% del mercado, pese a que la participación a nivel mundial es solo del 5,4% cuenta con datos representativos en el resto de indicadores por lo que resulta un mercado atractivo.

Países Bajos se seleccionó como tercer país pues es el segundo importador a nivel mundial del producto, muestra una tasa de crecimiento de 17% y 14,2% en la participación, en relación con el Ecuador es el cuarto mercado de destino para las exportaciones de aguacate y tiene una tasa de crecimiento de 10% y una participación del 2,4%, si bien la participación dentro de los destinos de las exportaciones ecuatorianas es algo bajo, este mercado cuenta con buenas condiciones de demanda del bien analizado.

4.6.1.1.6. Diagnóstico de las oportunidades de mercado del aguacate

Una vez seleccionados los tres países con mayor demanda de aguacate a nivel mundial y a la vez principales destinos de las exportaciones ecuatorianas se tomó en cuenta a Estados Unidos de América, España y Países Bajos, ahora para encontrar el mercado idóneo para medir la competitividad de la oferta exportable de este producto desde la provincia del Carchi se aplicó la matriz de perfil de oportunidades y amenazas del medio POAM, donde se analizó los factores socioeconómicos, políticos, legales, entre otros, estos fueron claves para determinar si los datos de los indicadores analizados representaban una amenaza o una oportunidad dentro de los 3 países antes mencionados. Así, se obtuvo la siguiente información:

Indicadores sociales de Estados Unidos, España y Países Bajos.

Estos indicadores recogen datos sobre aspectos demográficos que para el caso se aplicó a los 3 países de estudio, analizando aspectos como la distribución por edad, la población económicamente activa, tasa de desempleo entre otros, que fueron parte relevantes para la posterior selección del país adecuado.

Tabla 34: Indicadores sociales de los países seleccionados

Distribución por edad	Estados Unidos de América	España	Países Bajos
0-14 Años	19,40%	15,29%	16,28%
15-24 Años	13,70%	9,65%	12,07%
25-54 Años	39,90%	44,54%	39,19%
55-64 Años	12,60%	12,38%	13,42%
65 años y mas	14,50%	18,15%	19,10%
Población masculina (en %)	49,38%	49%	49,25%
Población femenina (en %)	50,42%	51%	50,47%
Población Económicamente Activa PEA	166.499.850 (2020)	19.344.000 (2020)	9.700.000 (2020)
Tasa de desempleo	3,9%	14,3%	4,0%

Fuente: INDEXMUNDI,2020; Santander Trade, 2020; Datosmacro, 2020

Los indicadores analizados en la tabla anterior mostraron que la distribución por edad de la población de los 3 países concentra mayor porcentaje en las edad de 25 – 54 años con un porcentaje superior al 39%, la población económicamente activa indica alto nivel de ocupación en Estados Unidos y Países Bajos pues incluso las tasas de desempleo son inferiores al 4%, sin embargo España presenta una tasa de desempleo superior a los otros países, factores como estos deben considerarse al momento de analizar todos los indicadores pues debido a la pandemia Covid-19 se evidenció efectos negativos como la disminución del empleo lo que se traduce en que disminuya el poder adquisitivo de la población.

Tabla 35: Población total de los países seleccionados

Población Total	Estados Unidos de América	España	Países Bajos
2017	323.1 millones	46.48 millones	17.13 millones
2018	325.1 millones	46.59 millones	17.23 millones
2019	327.2 millones	46.80 millones	17.33 millones
2020	328.2 millones	47.13 millones	17.44 millones
2021*	329.2 millones	47.35 millones	17.47 millones

Tasa de crecimiento 2017 - 2021	0.44%	0,37%	0,48%
------------------------------------	-------	-------	-------

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro y Banco Mundial}

Al analizar la información se evidenció que Estados Unidos de América presenta 330 millones de habitantes aproximadamente y es superior si se relaciona con los 2 países que también componen el estudio, este es considerado un mercado muy amplio y con grandes oportunidades por lo que resultó atractivo a considerar para la investigación en curso.

Tabla 36: Perfil del consumidor de Estados Unidos

Perfil del consumidor	Estados Unidos de América				
	2017	2018	2019	2020	2021*
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	12.297.408	12.770.165	13.245.220	13.535.240	13.023.386
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2,6%	2,9%	2,2%	-3,8%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	36.296	37.008	40.525	41.225	39.527
SMI - Salario Mínimo Interprofesional (USD)	1256	1256	1256	1256	1256

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial, Datosmacro

Al analizar el perfil del consumidor estadounidense se evidenció que este es atractivo en cuanto al consumo de los hogares con cifras muy representativas, así mismo, el crecimiento anual de este indicador fue de 2,7% aproximadamente con una caída del -3,8% en el 2021 debido claro está a los efectos que dejó la pandemia Covid 19, el gasto por hogar o per cápita fue alrededor de 39000 USD para el último año analizado, esto demostró alto poder adquisitivo, por otro parte cabe aclarar que el SMI se mantiene en 1256 USD sin variaciones durante el periodo analizado, se evidenció entonces que es muy bajo en comparación con el valor del gasto, concluyendo que el nivel de vida es costoso en este país.

Tabla 37: Perfil del consumidor de España

Perfil del consumidor	España				
	2017	2018	2019	2020	2021*
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,63	0,64	0,63	0,62	0,62
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	698.245	709.563	752.015	759.422	668.296
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2%	1,7%	1%	-12%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	15.847	16.425	16.069	16.112	14.113
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	861	929	967	1183	1248

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial, Datosmacro

El perfil de consumidor español resultó poco atractivo pues se mostró un decrecimiento significativo en el último año de análisis con -12%, en relación con el gasto que realizan los hogares, además, el gasto per cápita estuvo alrededor de 15000 USD que es muy bajo si se compara con Estados Unidos y Países Bajos, el SMI se distribuye en 14 pagos al año pero pese a ello es muy bajo en relación con el gasto por lo que se dedujo que en este país también se mantiene un estilo de vida costoso y que podría ser negativo para el ingreso del producto analizado.

Tabla 38: Perfil del consumidor de Países Bajos

Perfil del consumidor	Países Bajos				
	2017	2018	2019	2020	2021*
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,72	0,74	0,70	0,72	0,73
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	349.589	368.787	403.170	395.787	382.893
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2,7%	4,6%	-0,9%	-1,6%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	20.467	20.780	21.154	21.107	19.643

SMI - Salario Interprofesional	Mínimo	1732	1763	1796	1842	1893
--------------------------------	--------	------	------	------	------	------

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial, Datosmacro

En cuanto al perfil del consumidor de Países Bajos se evidenció que el gasto de los hogares estuvo algo fluctuante en los años analizados por lo tanto el crecimiento tuvo este mismo comportamiento, para el 2021 hubo un decrecimiento de -1,6% que es el menor en comparación con los otros países del estudio, además, el gasto per cápita mantiene poca variabilidad, fue precisamente en el 2021 donde existe disminución en todos los indicadores por la situación de la crisis sanitaria mundial, el SMI es superior a Estados Unidos y España con lo que logró deducir que es mayor el poder adquisitivo en este país y sería adecuado el ingreso con el producto

Empleo por sector

Tabla 39: Empleo por sector de los países seleccionados

Países	Empleo por sector (% del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	1,4%	19,9%	78,7%
España	4%	20,4%	75,5%
Países Bajos	2,1%	16,11	81,81

Fuente: Santander Trade

La tabla anterior mostró datos relacionados con el empleo por sector de los 3 países de estudio para el año 2020, precisando en la agricultura se evidenció que en España el porcentaje es el más alto en comparación con Estados Unidos y Países Bajos, por ello este mercado sería poco favorable pues la demanda sería baja debido a que cuenta con las condiciones para el cultivo de aguacate, en cambio en los otros 2 países sería adecuado incursionar con el producto, cabe mencionar que Países Bajos representa un competidor directo del mercado de aguacate pero en este caso se dedica a importar netamente y no cuenta con superficies de cultivo, lo anterior resultaría también factible considerar como una oportunidad al momento de seleccionar el mercado óptimo.

Indicadores políticos de Estados Unidos, España y Países Bajos.

Aquí se analizaron los aspectos políticos relacionados específicamente con el comercio internacional, se incluyó a los acuerdos comerciales, balanza comercial, estabilidad política, estabilidad del sistema bancario, barreras y no arancelarias, de los tres países del estudio.

Acuerdos Comerciales

Tabla 40: Acuerdos comerciales de los países seleccionados

Países	Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Normativa en materia de Origen, según el Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Sistema de Certificación de Origen	Criterio de Origen	Acceso a mercados
Estados Unidos de América	Sistema Generalizado de Preferencias SGP	Manual sobre el esquema de Estados Unidos	Entidades Públicas	Departamento de Comercio	Departamento de Comercio
España	Acuerdo Comercial Multi partes	Unión Europea	Cámara de Comercio de España	Certificación y declaración de origen de la Unión Europea	*Reglas de Origen *Requisitos Específicos de Origen
Países Bajos	Acuerdo Comercial Multi partes	Unión Europea	Kamer Van Koophandel/Cámara de Comercio Países Bajos	Certificación y declaración de origen de la Unión Europea	*Reglas de Origen *Requisitos Específicos de Origen

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Sobre los Acuerdos comerciales se evidenció que Estados Unidos mantiene un SGP con el Ecuador que ofrece varias reducciones en el arancel a ciertos productos y al ser este país una potencia ofrece este beneficio a economías en desarrollo como el Ecuador, en relación con España y Países Bajos pertenecen al bloque económico de la Unión Europea donde el país tiene un Acuerdo Multipartes al ser miembro de la Comunidad Andina de Naciones, este brinda también varios beneficios pero a la vez existe la amenaza de los otros miembros del acuerdo como Perú que también ha incursionado en el mercado del aguacate, entonces es fundamental estudiar la factibilidad de seleccionar a estos países como mercado objetivo.

Balanza Comercial

La siguiente tabla contiene los datos estadísticos sobre la relación comercial entre Estados Unidos de América y Ecuador en el periodo 2017 a 2021, se detalló las exportaciones e

importaciones totales para de esta manera finalmente medir la balanza comercial y verificar si existió un déficit o un superávit en el comercio bilateral de estas dos naciones.

Tabla 41: Balanza comercial Ecuador - Estados Unidos

Balanza Comercial Ecuador y EE. UU. Miles USD						
Año	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento
Exportaciones	5.436.083	5.968.418	6.631.276	6.732.893	4.786.401	-3%
Importaciones	4.116.538	3.959.825	5.008.223	4.637.379	3.977.717	-1%
Balanza Comercial	1.319.545	2.008.593	1.623.053	2.095.514	808.684	

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

El comercio entre Estados Unidos y Ecuador siempre se ha mostrado constante, se evidenció en las exportaciones e importaciones un comportamiento en aumento dentro del periodo analizado, precisando en el año 2021 una disminución significativa en los 2 indicadores, la tasa de crecimiento fue negativa en ambos casos con -3% y -1% respectivamente, resultando el primero poco favorable de mantenerse ese comportamiento pues resultaría un déficit en la balanza comercial que como se mostró mantuvo un nivel de superávit en todos los años analizados.

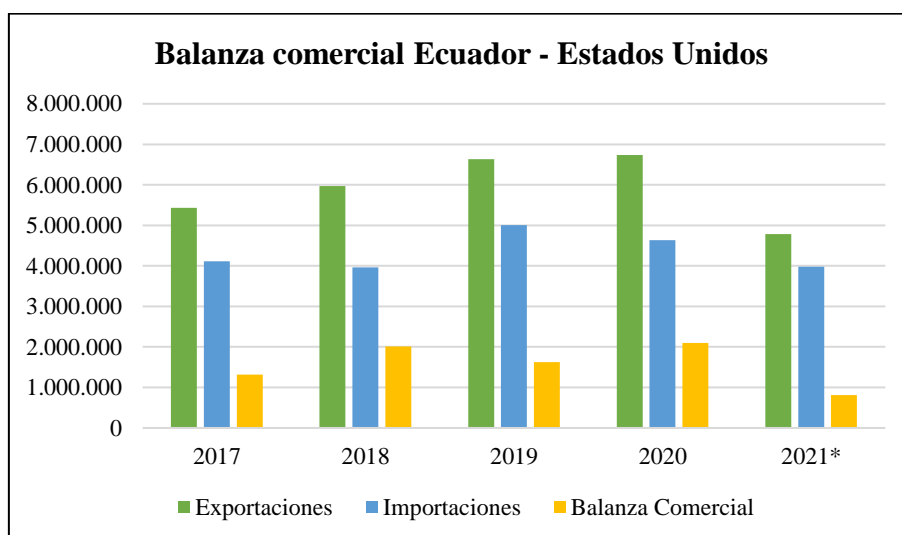


Gráfico 11: Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

En esta gráfica se detalló de forma más precisa lo mencionado con anterioridad, dentro del periodo analizado existió un mayor valor de exportaciones en el año 2019 y 2020 con una disminución significativa en el 2021, pese a ello se mantiene un superávit en todos los años

estudiados que ha ido disminuyendo, es claro entonces que el comercio Ecuador – Estados Unidos ha sido constante y es posible que mantenga este comportamiento para los próximos años.

Tabla 42: Balanza comercial Ecuador - España

Balanza Comercial Ecuador y España Miles USD						
Año	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento
Exportaciones	547.333	613.261	587.874	639.124	534.862	0%
Importaciones	357.283	594.652	506.335	617.195	477.927	6%
Balanza Comercial	190.050	18.609	81.539	21.929	56.935	

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

La relación comercial Ecuador – España aumentó significativamente dentro del periodo 2017 a 2021 pues no se mostraron cambios significativos en los valores de exportación e importación, se evidencio un superávit en todo los años estudiados, la tasa de crecimiento se mantuvo en 0% en los valores exportados y cuanto a las importaciones creció 6%, aunque en el 2021 se encontró una ligera disminución por efectos de la pandemia del Covid 19 el Ecuador continuó con superávit.

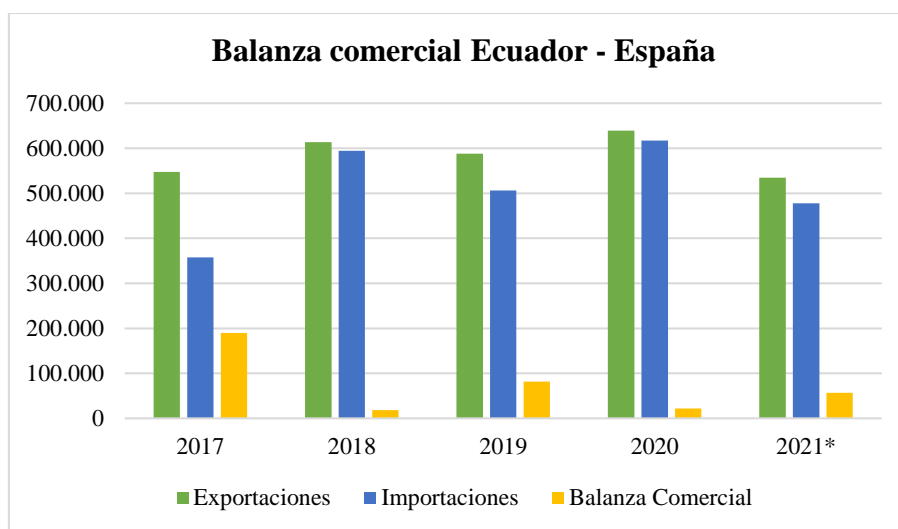


Gráfico 12: Balanza comercial Ecuador – España

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

El gráfico anterior evidenció que el comercio entre estas dos naciones ha sido constante e incluso los valores exportados e importados se han mantenido similares, el año 2018 y 2020 mostraron mayor valor exportado e importado por lo que es superávit obtuvo un valor menor,

se observó también una ligera disminución en el 2021 pero pese a ello el país siguió manteniendo un superávit, se consideró entonces que este comportamiento podría mantenerse similar en los siguientes años.

Tabla 43: Balanza comercial Ecuador - Países Bajos

Balanza Comercial Ecuador y Países Bajos Miles USD						
Año	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento
Exportaciones	22.631	460.845	449.588	571.502	565.615	90%
Importaciones	259.372	444.816	441.101	346.414	124.359	-14%
Balanza Comercial	-236.741	16.029	8.487	225.088	441.256	

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

El análisis del comercio entre Ecuador y Países Bajos mostró una tendencia de crecimiento en los valores exportados principalmente, debido a que paso de un déficit en el año 2017 a superávit en el 2021 con valores muy significativos, la tasa de crecimiento en las exportaciones fue del 90% que resultó como una fortaleza y una muestra de alta competitividad de las empresas ecuatorianas, las importaciones decrecieron en -14% lo que significó mantenerse en superávit y de seguir esta misma tendencia se espera grandes ventajas para el comercio entre estas dos naciones.

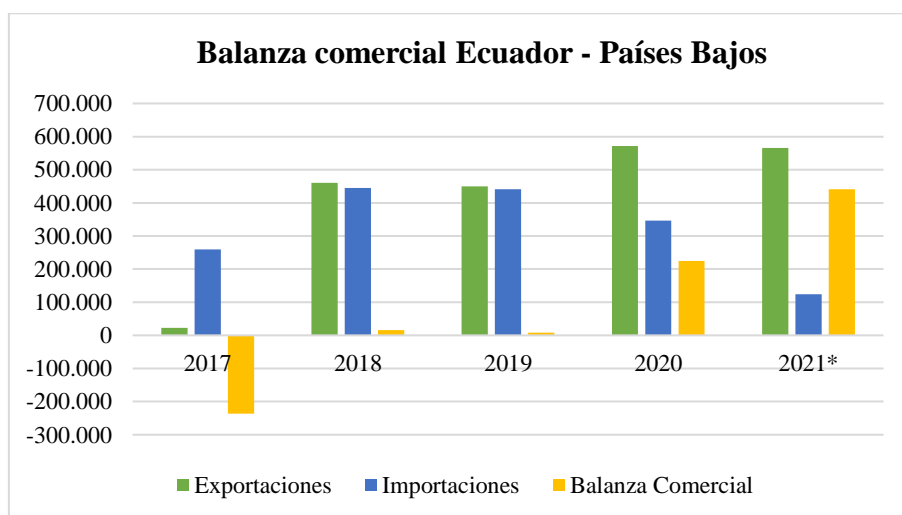


Gráfico 13: Balanza comercial Ecuador - Países Bajos

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

La grafica mostró de manera más precisa lo mencionado sobre el intercambio comercial Ecuador – Países Bajos, pese al déficit existente en el 2017, los años siguientes mostraron el

aumento significativo de los valores de exportación así como de importación y el valor de superávit que al principio indico valores menores fue aumentando, así, es claro aducir que este mercado resultó sumamente atractivo a las exportaciones ecuatorianas.

Estabilidad política

Al analizar la estabilidad política de los países en estudio se logró conocer si los indicadores estudiados representaron una fortaleza o debilidad al elaborar la matriz POAM, aquí se analizó factores como la estabilidad política, percepción de la corrupción y el control de esta, los datos obtenidos se detallan a continuación:

Tabla 44: Estabilidad política de Estados Unidos

Estados Unidos de América						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			
2016	1,63	1,55	1,26	1,44	0,44	71
2017	1,61	1,51	1,27	1,45	0,60	71
2018	1,60	1,51	1,38	1,28	0,63	73
2019	1,54	1,50	1,28	1,25	0,63	73
2020	1,62	1,46	1,32	1,27	0,62	76
Promedio	1,60	1,51	1,30	1,34	0,58	72,8

Fuente: The Global Economic

Al analizar valores promedio de los indicadores de Estados Unidos recopilados en la tabla anterior se evidenció que el gobierno trabaja efectivamente en el cumplimiento de las leyes y normativa con un valor de 1,51 de 2,5 que es alto, presentó un nivel alto en cuanto al control de la corrupción con 1,30 de 2,5, la estabilidad política es algo baja con 0,58 de 2,5 debido a que cada estado de este país maneja políticas independientes y resulta difícil que haya control total sobre este indicador, la corrupción es baja con 72,8/100, la mayoría de los aspectos mencionados anteriormente resultaron positivos para considerar a este mercado como potencial.

Tabla 45: Estabilidad política de España

España						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			(100 = Sin corrupción)
2016	1,00	1,13	0,61	1,01	1,04	58
2017	1,06	1,04	0,55	0,95	1,02	57
2018	1,01	1,00	0,65	0,95	1,02	58
2019	1,03	1,00	0,70	1,05	1,04	62
2020	0,90	0,89	0,74	0,77	1,01	62
Promedio	1,00	1,01	0,65	0,95	1,03	59,40

Fuente: The Global Economic

Sobre la estabilidad política de España se evidenció previo al análisis de los valores promedio de cada indicador que existe una buena aplicación de las política gubernamental y cumplimiento de las leyes con un valor de 1 de 2,5, es un país estable políticamente pues posee 1,03 de 2,5, un factor negativo es bajo control de la corrupción con 0,65 de 2,5 y a su vez tiene un índice de percepción de corrupción de 59,40/100 que es alto en comparación con los otros dos países, esto resultaría negativo pues incluso podría verse afectados otros indicadores de estabilidad política y afectar las relaciones comerciales con otros países.

Tabla 46: Estabilidad política de Países Bajos

Países Bajos						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			(100 = Sin corrupción)
2016	1,89	1,86	1,90	1,98	1,54	83
2017	1,80	1,85	1,79	2,05	1,50	82
2018	1,79	1,85	1,93	2,02	1,49	82
2019	1,78	1,80	1,91	1,86	1,49	82
2020	1,76	1,85	2,03	1,75	1,53	82
Promedio	1,80	1,84	1,91	1,93	1,51	82,20

Fuente: The Global Economic

La estabilidad política en Países Bajos de acuerdo con la tabla anterior indicó que las políticas de gobierno y las leyes son acatadas satisfactoriamente pues los valores son claros con 1,86 de

2,5, por ello este país también es estable políticamente debido a que posee 1,51 de 2,5 en este indicador, además es muy positivo el encontrar que el control de la corrupción es alto con 1,91 de 2,5 y por ende el nivel de corrupción también es el más alto de los países analizados indicando 82.20/100. Todos estos datos resultan una oportunidad importante para seleccionar este mercado como objetivo, puesto que es un país muy estable y con alto control a nivel político.

Estabilidad del Sistema Bancario

Conocer los indicadores de estabilidad del sistema bancario fue fundamental en la investigación puesto que al realizar las operaciones de intercambio comercial, los pagos son realizados por transferencia bancaria, así, el comercio mundial tiene mayor fluidez y mejoran las oportunidades de negociar entre la mayoría de países, es claro entonces que un país con un sistema bancario sólido será una oportunidad para negociar a corto y largo plazo.

Tabla 47: Estabilidad del sistema bancario de los países seleccionados

País	Puntuaciones z de sistemas bancarios	Tipos de interés del crédito bancario al sector privado	Índice de rotación del mercado bursátil	Número de empresas que cotizan en Bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
	Escala de 1 a 100	Porcentaje	Porcentaje	Compañías	
Estados Unidos	29.80	5,28	108.51	4397	16.75
España	18,12	7,65	64,46	2711	17,59
Países Bajos	10,86	1,50	60,54	103	17,86

Fuente: The Global Economic

En la tabla anterior se evidenció que los indicadores de estabilidad del sistema bancario de los tres países estudiados para el año 2020, indicaron que el sistema bancario de Estados Unidos fue el más alto con 29,80/100, el interés para crédito bancario a el sector privado mostró un porcentaje inferior en Países Bajos con 1,5%, el índice de rotación del mercado bursátil fue representativo en Estados Unidos con 108,51%, así mismo, este país obtuvo el mayor número de compañías que cotizan en el mercado bursátil con 4397 empresas y la rentabilidad del mercado bursátil fue representada por Países Bajos quien obtuvo el mayor porcentaje de 17,86%. Se concluyó que Estados Unidos y Países Bajos obtuvieron mayor estabilidad en el

sistema bancario lo que resulta una oportunidad para negociar, no fue el caso para España que obtuvo valores poco representativos.

Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Es necesario el análisis de las barreras arancelarias y no arancelarias que los países estudiados mostraban como requisitos a cumplir previo a la entrada con determinado producto, de esta forma se logró evidenciar cual país genera mayor oportunidad o a la vez menor amenaza para seleccionarse.

Tabla 48: Barreras arancelarias aplicadas al aguacate en los países destino

Subpartida arancelaria 0804.40	Tributos		
	Ad-Valorem	Liberación	IVA
Estados Unidos de América	4,64%	Varía de acuerdo con el producto	*0% – 11.7%
España	0%	Varía de acuerdo con el producto	21% (Estándar) 10% (Reducido)
Países Bajos	0%	Varía de acuerdo con el producto	21% (Estándar) 6% (Reducido)

* Su valor depende del estado

Fuente: Macmap, Datosmacro, PROECUADOR

Al analizar la tabla anterior se evidenció que tanto España como Países Bajos representan una oportunidad para ingresar con el producto, pues en ambos se aplica el 0% de arancel advalorem, pero en cuanto al IVA el menor porcentaje se encuentra en Países Bajos con 6% que para el aguacate si aplicaría puesto que este IVA reducido incluye a las frutas, es claro entonces que este último país mencionado resultó con mayores oportunidades para ser seleccionado, descartando a Estados Unidos y España dentro de este indicador específicamente.

Tabla 49: Barreras no arancelarias aplicadas al aguacate en los países destino

Subpartida Arancelaria 0804.40	Barreras no arancelarias	Total
Estados Unidos de América	Obstáculos técnicos al comercio	4
	Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas	
	Licencia de Importación	
	Medidas ambientales	
	Certificado FAIRTRADE USA	
España	Control Sanitario de los productos alimenticios	4

	Normas de etiquetado para productos alimenticios	
	Certificado de origen	
	Certificado FAIRTRADE	
Países Bajos	Controles y restricciones de las importaciones	4
	Normas sanitarias y fitosanitarias	
	Certificado de origen	
	Certificado FAIRTRADE	

Fuente: Macmap, PROECUADOR

En cuanto a las barreras no arancelarias en relación con el producto, se evidenció que los tres países en cuestión mantienen el cumplimiento de requisitos y formalidades previo a la entrada del producto, estas no representan alta dificultad por lo que los 3 mercados muestran oportunidad, aquí es necesario que se considere la existencia de acuerdos comerciales que facilitarían el intercambio comercial suprimiendo o disminuyendo los obstáculos al comercio exterior.

Indicadores económicos Estados Unidos, España y Países Bajos.

Estos indicadores permitieron conocer los niveles de competitividad de los países estudiados, se analizó la capacidad de eficiencia del mercado laboral y el tamaño de esta, además, conocer lo sofisticadas que se muestran estas naciones en materia de negocios a nivel internacional.

Tabla 50: Indicadores económicos de Estados Unidos

Estados Unidos de América						
Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento 2017-2021
PIB (miles de millones de USD)	18.745.773	19.543.283	21.612.921	20.433.333	20.937.784	2%
PIB per cápita (USD)	58.021	60.110	65.064	63.280	63.544	2%
Tasa de inflación (%)	2,14%	2,40%	1,81%	1,25%	2,20%	0,5%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,70%	4,40%	3,70%	6,70%	4,2%	12%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	83,57	85,64	83,67	84.02	84,90	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3.92	3.99	3.99	3.89	3.95	0.03%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro, The Global Economic y Banco Mundial

Los indicadores económicos descritos en la tabla anterior indicaron que Estados Unidos muestra buenas oportunidades para ser seleccionado como mercado objetivo del producto, pues el PIB y PIB per cápita tuvieron un crecimiento del 2% y sus valores van en aumento lo que indica un alto poder adquisitivo, la tasa de inflación mantuvo poca fluctuación y no representó una amenaza potencial de cambios en los precios al consumidor, así también, el índice de competitividad se mantiene en 84,90 para el 2021 que fue superior a los otros países analizados.

Tabla 51: Indicadores económicos de España

Indicadores	España					Tasa de crecimiento 2017-2021
	2017	2018	2019	2020	2021*	
PIB (miles de millones de USD)	1.461,9	1.505,4	1.591,9	1.572,0	1.401,6	-1%
PIB per cápita (USD)	26.505	28.100	30,349	29.555	27.063	0,5%
Tasa de inflación (%)	2,00%	1,70%	0,70%	-0,30%	3,00%	8%
Tasa de paro (% de la población activa)	17,22%	15,26%	14,10%	15,67%	15,82%	-4%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	65,52	67,14	75,20	74,28	74,90	3%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,72	3,68	3,83	3,83	3,42	-1%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro, The Global Economic y Banco Mundial

La tabla anterior contiene a los indicadores económicos sobre España, donde se evidenció una oportunidad media para ser seleccionado como mercado objetivo del producto, pues el PIB y PIB per cápita tuvieron un decrecimiento de -1% y un crecimiento de 0,5% respectivamente, estos valores indican entonces un poder adquisitivo medio, la tasa de inflación mostró cierta variabilidad y no representó una amenaza potencial de cambios en los precios al consumidor, por otro lado, el índice de competitividad se mantiene en 74,90 para el 2021 que es inferior a Países Bajos y Estados Unidos.

Tabla 52: Indicadores económicos de Países Bajos

Indicadores	Países Bajos					Tasa de crecimiento 2017-2021
	2017	2018	2019	2020	2021*	
PIB (miles de millones de USD)	783.528	831.810	913.597	910.194	913.900	3%

PIB per cápita (USD)	46.008	48.555	53.019	52.295	52.304	3%
Tasa de inflación (%)	1,40%	1,70%	2,60%	1,30%	1,90%	4%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,84%	3,83%	3,38%	4,09%	3,75%	-7%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78,64	80,88	82,38	83,39	83,80	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	4,04	4,18	4,02	4,07	4,18	1%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro, The Global Economic y Banco Mundial

Los indicadores económicos de Países Bajos descritos en la tabla anterior evidenciaron que es una economía estable, el PIB y PIB per cápita tuvieron un crecimiento del 3% en todo el periodo analizado que es superior a los otros 2 países del estudio, esto representó alto poder adquisitivo, la tasa de inflación no mostró alta variabilidad por lo que no es una amenaza de fluctuaciones en los precios al consumidor, en cuanto al índice de competitividad, estuvo muy cercano a Estados Unidos con 83,80 en el año 2021, es claro entonces que este mercado también mostró oportunidades altas para seleccionarse como objetivo.

4.6.1.1.7. Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM de Estados Unidos, España y Pases Bajos.

En la tabla descrita a continuación se calificó a cada uno de los ítems descritos con anterioridad sobre los tres países de estudio, para ello se asignó una calificación expresada en: Alto = 3 puntos, Medio = 2 puntos y Bajo = 1 punto, aplicado tanto para las oportunidades y las amenazas que presenten cualquiera de los tres países, posterior, se sumaron las calificaciones de cada país y dependiendo del valor más alto fue seleccionado como el mercado de destino para la posible venta del aguacate.

La asignación del valor calificado se realizó mediante un análisis comparativo entre los tres países de los indicadores sociales, políticos y económicos descritos en las tablas anteriores, además, estos fueron ponderados mediante porcentajes que en conjunto sumaron 100%, por ello, se valoró como una oportunidad o amenaza dependiendo del indicador analizado y su relevancia dentro del estudio, por lo que previo a ello se realizó la síntesis de la importancia de

cada indicador dentro de la matriz POAM, este aspecto fue considerado para las dos matrices descritas en la presente investigación. Así se obtuvo:

Tabla 53: Importancia de los factores sociales, políticos y económicos en la Matriz POAM

Factores	Ponderación	Justificación	Importancia
Sociales			
% gasto alimentación	3%	Comprende el dinero destinado a gastar en los hogares para el consumo de todos los productos	General
Remuneración mínima	10%	Cantidad de dinero que percibe un trabajador, entre más ganas más consume	Específica
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	3%	Es la población que actualmente se encuentra trabajando y percibe un salario	General
Perfil de consumidor	2%	Capacidad de las personas para adquirir un producto	General
Paridad del poder adquisitivo	2%	Comprende el costo del nivel de vida, comparado con la economía de Estados Unidos	General
Subtotal	20%		
Políticos			
Acuerdo Comerciales	5%	Son convenios que otorgan preferencias arancelarias a los productos	Específica
Tarifas arancelarias	5%	Porcentaje de tributos aplicados para la nacionalización de un producto	Específica
Balanza comercial	2%	Refleja el intercambio comercial entre dos naciones	General
Estabilidad Política	10%	Gobernanza de un país, favorece con la armonía del mercado de destino o perjudica con la paralización de este	Específica
Barreras Arancelarias	10%	Comprende las tasas y sobretasas arancelarias aplicadas a un producto o una unidad de medida	Específica
Barreras No arancelarias	10%	Se refiere a las restricciones o autorizaciones para el ingreso de un producto	Específica
Estabilidad del Sistema Bancario	1%	Es el intercambio de divisas a través del sistema switch	General
Tasa impositiva	2%	Comprende el impuesto al valor agregado a un producto	Específica
Subtotal	45%		
Económicos			

Producto Interno Bruto (PIB)	3%	Es la riqueza económica que produce un país en un año	General
Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	3%	Es el porcentaje de crecimiento de la riqueza económica que produce un país en un año	General
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	5%	Corresponde a la riqueza económica individual que posee persona de un país	General
Tasa de desempleo	5%	Es el porcentaje de la población sin empleo	General
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)	5%	Es el aumento del precio de un producto	General
Importaciones	3%	Corresponde a todos los productos que un país adquiere o compra del exterior	General
Exportaciones	3%	Corresponde a todos los productos que un país vende al exterior	General
Índice de Competitividad Global	3%	Indica el ranking económico de un país	General
Desempeño Logístico	5%	Es la capacidad de un país para la movilización de las mercancías	General
Subtotal	35%		
TOTAL	100%		

Fuente: Autora

4.6.1.1.8. Matriz POAM de Estados Unidos, España y Pases Bajos.

Tabla 54: Matriz POAM de los países: Estados Unidos, España y Pases Bajos.

	Estados Unidos						España						Países Bajos						
	Pond.	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza							
Factores Sociales		Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos
% gasto alimentación	3%	Alto	3	0,09				Bajo	1	0,03				Medio	2	0,06			
Remuneración mínima	10%	Medio	2	0,2				Bajo	1	0,1				Alto	3	0,3			
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	3%	Alto	3	0,09				Medio	2	0,06				Bajo	1	0,03			
Perfil de consumidor	2%	Medio	2	0,04				Medio	2	0,04				Medio	2	0,04			
Paridad del poder adquisitivo	2%				Bajo	1	0,02				Bajo	1	0,02				Bajo	1	0,02
			Suma	0,42		Suma	0,02		Suma	0,23		Suma	0,02		Suma	0,43		Suma	0,02
			Promedio	0,11		Promedio	0,02		Promedio	0,06		Promedio	0,02		Promedio	0,11		Promedio	0,02
Factores Políticos	45%	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos
Acuerdo Comerciales	5%	Medio	2	0,1				Alto	3	0,15				Alto	3	0,15			
Tarifas arancelarias	5%	Bajo	1	0,05				Medio	2	0,1				Alto	3	0,15			
Balanza comercial	2%	Medio	2	0,04				Bajo	1	0,02				Medio	2	0,04			
Estabilidad Política	10%				Medio	2	0,2				Medio	2	0,2				Bajo	1	0,1
Barreras Arancelarias	10%	Bajo	1	0,1				Alto	3	0,3				Alto	3	0,3			
Barreras No arancelarias	10%				Medio	2	0,2				Bajo	1	0,1				Bajo	1	0,1
Estabilidad del Sistema Bancario	1%	Medio	2	0,02				Medio	2	0,02				Medio	2	0,02			
Tasa impositiva	2%				Bajo	1	0,02				Bajo	1	0,02				Bajo	1	0,02
			Suma	0,31		Suma	0,42		Suma	0,59		Suma	0,32		Suma	0,66		Suma	0,22
			Promedio	0,06		Promedio	0,14		Promedio	0,12		Promedio	0,11		Promedio	0,13		Promedio	0,07
Factores Económicos	35%	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos
Producto Interno Bruto (PIB)	3%	Alto	3	0,09				Medio	2	0,06				Medio	2	0,06			

Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	3%	Medio	2	0,06		Bajo	1	0,03		Alto	3	0,09			
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	5%	Alto	3	0,15		Bajo	1	0,05		Medio	2	0,1			
Tasa de desempleo	5%			Medio	2	0,1				Alto	3	0,15	Bajo	1	0,05
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)	5%			Bajo	1	0,05				Medio	2	0,1	Bajo	1	0,05
Importaciones	3%			Bajo	1	0,03				Medio	2	0,06	Bajo	1	0,03
Exportaciones	3%	Medio	2	0,06		Medio	2	0,06		Alto	3	0,09			
Índice de Competitividad Global	3%	Alto	3	0,09		Medio	2	0,06		Alto	3	0,09			
Desempeño Logístico	5%	Medio	2	0,1		Bajo	1	0,05		Alto	3	0,15			
		Suma		0,55	Suma	0,18	Suma	0,31	Suma	0,31	Suma	0,58	Suma		0,13
		Promedio		0,09	Promedio	0,06	Promedio	0,05	Promedio	0,10	Promedio	0,10	Promedio		0,04

La abreviatura Pond. Corresponde al termino ponderación

La abreviatura Eval. Corresponde al termino evaluación

Fuente: Autora

4.6.1.1.9. Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, España y Países Bajos.

Tabla 55: Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, España y Países Bajos.

	Estados Unidos de América			España		Países Bajos	
	Ponderación	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Sociales	20%	0,11	0,02	0,03	0,02	0,11	0,02
Factores Políticos	45%	0,06	0,14	0,12	0,11	0,13	0,07
Factores Económicos	35%	0,09	0,06	0,05	0,1	0,1	0,04
Suma	100%	0,26	0,22	0,2	0,23	0,34	0,13
Calificación		0,04		-0,03		0,21	


Fuente: Autora

Previo a la elaboración y ponderación de la Matriz POAM de los países seleccionados se determinó que el mercado más idóneo fue Países Bajos, obtuvo un puntaje de 0.21 en la calificación que fue el mayor en comparación con los demás, en este mercado las oportunidades en crecimiento para el ingreso del producto a largo plazo, fue necesario destacar algunos de los indicadores importantes sobre este país, posee una población de 17.47 millones que se asemeja a la de Ecuador pero se debió considerar que es una economía industrializada y con alto desarrollo, dentro del gasto de consumo en los hogares per cápita obtuvo un valor de 20.000 USD aproximadamente, el salario mínimo interprofesional (SMI) fue de 1893 USD para el último año analizado y se prevé crecimiento en este lo que favorece al consumo y al poder adquisitivo en este país, el PIB per cápita fue mayor a 50.000 USD indicando un alto nivel de vida para la población y crecimiento de la economía, la balanza comercial indicó un intercambio comercial estable con superávit de 441.256 y a la vez la tasa de crecimiento fue de 90% en las exportaciones que favorecen al Ecuador significativamente, en cuanto a la estabilidad política obtuvo 1.51 de 2.5 que es un indicador muy alto representando a la vez en alta estabilidad en esta nación, el sistema bancario fue estable y favorable para la negociación pues posee una economía sólida y regularizada que facilita las negociaciones internacionales, en relación con el impuesto al valor agregado (IVA) aplica el 6% específicamente a frutas y verduras donde se encuentra el aguacate y a la vez un advalorem de 0% que resulta de la preferencia arancelaria gracias al Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, lo anterior claramente favoreció a la selección de este mercado para el estudio pues fueron claras las oportunidades que conlleva la entrada del producto.

4.6.1.2. Estudio de mercado de la cebolla

4.6.1.2.1. Ficha técnica

Tabla 56: Ficha técnica de la cebolla

		<h2 style="text-align: center;">Ficha Técnica de la cebolla</h2>		20/12/2021
				Revisión: 01
				Página: 1
Nombre científico		Nombre comercial		Subpartida arancelaria
<i>Allium cepa L.</i>		Cebolla		- Cebollas y chalotes -- Cebollas: 0703.10.00.00
Descripción		Es una hortaliza en forma de bulbo comestible que crece en la planta del mismo nombre, de un color variado que va desde morado, amarillo hasta blanco, el sabor es picante por lo general aunque hay variedades dulces, su forma va desde el tipo globoso, discoidal, deprimido, forma de peonza y piriforme. El ciclo de producción es bin anual desde el trasplante hasta la producción, el clima apropiado para el desarrollo adecuado de la planta es templado aunque a inicios del cultivo puede soportar temperaturas bajo cero, posee un gran valor nutritivo ya que es la tercer hortaliza más consumida a nivel mundial con usos muy variados.		
Conservación		Información nutricional		
Luego del proceso de secado “curado” que es fundamental para la conservación, se almacenan a granel en cajones grandes que poseen ventilación que se diseñará acorde con los requerimientos todo esto a temperatura ambiente. Para periodos de 1 a 2 meses se deberá almacenar a 0° C, con una humedad de 65-70% y circulación adecuada de aire.		Cada 100 gr. de producto comestible contiene:		
		Agua: 90 % Grasa total: 0,25 gr. Sodio (Na): 3 mg. Hierro (Fe): 0,27 mg. Vitamina A: 2 mg. Vitamina B1: 0,3 mg.	Energía: 31,85 kcal. Proteína: 1,19 gr. Calcio (Ca): 25,4 mg. Magnesio (Mg): 1 mg. Vitamina C: 6,9 mg. Vitamina B12: 2 mg.	Carbohidratos: 5,3 gr Fibra dietética: 1,8 gr. Fosforo (P): 33 mg. Potasio (k): 162 mg. Vitamina B2: 0,3 mg. Vitamina B3: 0,72 mg
Características de calidad		Los bulbos deben estar enteros, de consistencia firme, maduros con el cuello totalmente cerrado, características y color acorde con la variedad, libre de deformaciones, podredumbre, signos de congelamiento, quemaduras del sol, desarrollo de hongos, desprovisto de cuello hueco, de brotes. Además, limpios libres de tierra, barro o sustancias químicas, de plagas daños mayores e insectos vivos, exentos de colores y sabores extraños, secos, es decir, libres de agua o exceso de humedad en la superficie		
Usos y beneficios				
Son muchas las propiedades, usos y beneficios que se le atribuyen a la cebolla especialmente para la salud y combatir enfermedades pese a fuerte olor y sabor, aparte de ser un producto infaltable en la preparación de alimentos y todo tipo de condimentos es ampliamente utilizada para tratar afecciones del sistema respiratorio y cardiovascular, disminuye el nivel de triglicéridos en la sangre aumentando los niveles de colesterol bueno (HDL), previene enfermedades renales, reduce los niveles de glucosa en la sangre, apoya en la desintoxicación del hígado, afecciones hepáticas y reduce el riesgo de padecimiento de cáncer debido a que disminuye la producción de células tumorales y la neutralización de células cancerígenas y principalmente apoya al fortalecimiento del sistema inmunológico y nervioso.				

Fuente: Senamhi, 2021

4.6.1.2.2. Exportaciones de cebolla del Ecuador al mercado internacional

Se analizó los principales países destino de las exportaciones de Ecuador en el periodo 2017 a 2021, detallando valores en Miles de USD, utilizando la subpartida 0703.10. – Cebollas

Tabla 57: Exportaciones de cebolla desde Ecuador

N°	Importadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021*	Tasa de crecimiento	Participación a nivel de Ecuador
1	Estados Unidos de América	20	335	220	192	236	57%	50,80%
2	Canadá	46	0	32	154	90	27%	40,70%
3	Colombia	249	0	0	25	50	-37%	6,60%
4	República Checa	0	0	0	7	4	-	1,90%
5	Costa Rica	8	0	0	0	0	-	0%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

En la tabla anterior se detalló los principales países a los cuales el Ecuador exportó cebolla, Estados Unidos fue el país fue el principal destino con valores representativos, obtuvo una tasa de crecimiento de 57% en el periodo analizado y concentró el 50,80% de las exportaciones ecuatorianas lo que indicó que es un destino adecuado para el producto, así también, Canadá y Colombia obtuvieron valores considerables para seleccionarse en el estudio.

4.6.1.2.3. Principales importadores de cebolla a nivel mundial

Aquí, mediante la aplicación de un top 10 se consideró a los países que importan o demandan cebolla a nivel mundial en el periodo 2017 a 2021, esto expresado en valores miles de USD.

Tabla 58: Principales importadores de cebolla a nivel mundial

N°	Importadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020	Valor importado en 2021	Tasa de crecimiento	Participación a nivel mundial
1	Estados Unidos de América	435.898	445.013	458.979	471.259	475.972	2%	13%
2	Malasia	173.934	181.336	179.596	211.263	219.640	4%	5,80%
3	Reino Unido	171.951	229.772	295.654	194.880	199.820	3%	5,40%
4	Alemania	149.719	179.332	236.849	183.944	191.676	4%	5,10%
5	Bangladesh	56.960	56.818	97.142	169.159	210.300	24%	4,70%
6	Canadá	137.658	149.316	178.602	160.572	165.594	3%	4,40%
7	Países Bajos	106.793	122.213	196.677	123.088	126.634	3%	3,40%

8	Sri Lanka	87.875	88.457	89.100	111.705	117.196	5%	3,10%
9	Japón	135.448	126.825	131.341	99.561	93.617	-6%	2,70%
10	Arabia Saudita	138.059	119.844	83.625	96.358	89.671	-7%	2,70%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Trademap, 2020

Dentro del top 10 de países que importaron el producto se evidenció al analizar la tabla anterior que Estados Unidos ocupa el 1er lugar con 475.972 miles de USD en 2021, la tasa de crecimiento fue de 2% y ocupó el 13% del mercado mundial al demandar este producto, esto se tomó en cuenta para considerar este mercado para el estudio, estuvo seguido de Malasia y Reino Unido que mostraron cifras representativas que posterior ayudaron a la selección de los posibles mercados.

4.6.1.2.4. Principales exportadores de cebolla a nivel mundial

Se detalló el top 10 de los principales exportadores del producto a nivel mundial, con esto se logró identificar a los competidores potenciales dentro del mercado de cebolla, se consideró el período 2017 a 2021 en valor de Miles de USD.

Tabla 59: Principales exportadores de cebolla a nivel mundial

N°	Exportadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Tasa de crecimiento	Participación a nivel mundial
1	Países Bajos	534.755	679.254	794.555	815.662	862.700	10%	20,90%
2	China	507.206	509.517	604.387	495.414	503.551	0%	12,70%
3	México	370.917	419.768	349.493	408.137	400.512	2%	10,50%
4	India	423.335	420.448	367.328	346.640	339.901	-4%	8,90%
5	Estados Unidos de América	219.461	231.674	285.929	250.615	254.962	3%	6,40%
6	Egipto	207.238	117.849	243.895	175.100	170.279	-4%	4,50%
7	España	133.214	176.813	212.604	153.865	153.754	3%	3,90%
8	Pakistán	11.911	48.917	67.479	124.029	194.420	75%	3,20%
9	Nueva Zelandia	81.293	62.098	113.999	100.344	104.610	5%	2,60%
10	Perú	68.982	71.599	85.568	94.926	100.881	8%	2,40%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Trademap, 2020

En la tabla anterior se detalló el top 10 de los principales exportadores de cebolla a nivel mundial, Países Bajos ocupó el 1er lugar con 862.700 miles de USD exportados en 2021, una

tasa de crecimiento de 10% y abarcó 20,9% del mercado mundial de este producto, el analizar estos datos sirvió para posteriormente determinar el mercado más adecuado de comercialización; es necesario tener claro que la lista anterior mostró los competidores potenciales en relación con el bien y no sería aconsejable seleccionar a estos como mercados objetivo, pese a ello se tomó en cuenta otros determinantes para un estudio más efectivo.

4.6.1.2.5. Análisis e interpretación de datos.

Los tres mercados que demandan la cebolla con la subpartida 0703.10 fueron seleccionados considerando los principales destinos de las exportaciones del Ecuador de este producto, además, se tomó en cuenta el top 10 de países que realizan importaciones del producto a nivel mundial, posteriormente se analizó el indicador la tasa de crecimiento y el porcentaje de participación, con estos datos se logró seleccionar los países para continuar con el estudio.

Tabla 60: Formato de selección de los países de análisis

N°	Países importadores de aguacate	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación a nivel mundial	Países destino de las exportaciones de Ecuador	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación a nivel de Ecuador
1	Estados Unidos de América	2%	13%	Estados Unidos de América	57%	50,80%
2	Malasia	4%	5,80%	Canadá	27%	40,70%
3	Reino Unido	3%	5,40%	Colombia	-37%	6,60%
4	Alemania	4%	5,10%	República Checa	-	1,90%
5	Bangladesh	24%	4,70%	Costa Rica	-	0,00%
6	Canadá	3%	4,40%	-	-	-
7	Países Bajos	3%	3,40%	-	-	-
8	Sri Lanka	5%	3,10%	-	-	-
9	Japón	-6%	2,70%	-	-	-
10	Arabia Saudita	-7%	2,70%	-	-	-
*Países que se repiten en la lista de importadores de aguacate a nivel mundial y países que exporta Ecuador						
*Indicadores de tasa de crecimiento y porcentaje de participación igual o superior al 5%						

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

A través de la tabla detallada anteriormente se mostraron los indicadores de tasa de crecimiento y participación en el mercado, a partir de ello se realizó la selección de los países que se repiten

tanto como importadores a nivel mundial del producto y principales destino de las exportaciones ecuatorianas, además, se consideró a los indicadores de tasa de crecimiento y participación con un porcentaje igual o mayor al 5%, así, los tres países considerados para elaborar la matriz POAM fueron: Estados Unidos de América, Canadá y Reino Unido.

El primer país seleccionado fue Estado Unidos de América pues es el primer importador de la cebolla a nivel mundial, la tasa de crecimiento fue de 2% y ocupó el 13% de participación en relación con el producto, además, es el primer destino de las exportaciones ecuatorianas de este mismo bien pues obtuvo el 57% de tasa de crecimiento y ocupa el 50,8% de participación, o anterior resultó positivo pues indicó oportunidades para el ingreso con el producto tomando en cuenta además la amplitud del mercado estadounidense.

Canadá se seleccionó también como posible mercado, es el segundo destino de las exportaciones ecuatoriana de este producto con la tasa de crecimiento de 27% y 40,7% en participación, aunque no aparece en el top de 10 de los principales importadores de la cebolla, se consideró para el estudio al analizar los datos que mantiene directamente con el Ecuador, este país posee una economía sólida y que ofrece altas oportunidades para el intercambio comercial.

El último país en ser seleccionado fue Reino Unido debido a que ocupa el tercer lugar en el top de mayores importadores del producto a nivel mundial, la tasa de crecimiento fue de 3% en el periodo analizado y 5,40% en la participación, esto mostró que es un mercado en crecimiento para el producto y podrían presentarse buenas oportunidades de negociación, pese a que no se mostró como destino de las exportaciones ecuatorianas, las relaciones comerciales han ido creciendo con el paso del tiempo y pese haberse retirado de la Unión Europea en el 2020 ambos países han reafirmado el compromiso de continuar negociando mediante un acuerdo comercial de beneficio mutuo.

4.6.1.2.6. Diagnóstico de las oportunidades del mercado de la cebolla.

Previo a la selección de los tres países con mayor demanda de cebolla a nivel mundial y a la vez principales destinos de las exportaciones del Ecuador se tomó en cuenta a Estados Unidos de América, Canadá y Reino Unido, posterior a esto fue necesario encontrar el mercado idóneo para medir la competitividad de la oferta exportable de este producto desde la provincia del Carchi, para ello se aplicó la matriz de perfil de oportunidades y amenazas del medio POAM,

donde se analizó los factores socioeconómicos, políticos, legales, entre otros, estos ayudaron a determinar si los datos de los indicadores analizados representaban una amenaza o una oportunidad dentro de los 3 países antes mencionados. Los datos se detallaron en tablas para un mejor análisis e interpretación.

Indicadores sociales de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

Con este tipo de indicadores se analizaron datos sobre la demografía de los 3 países seleccionados previamente, detallando información precisa sobre la distribución por edad, la población económicamente activa, tasa de desempleo entre otros, que al momento de analizarse posteriormente aportaron en la selección del país óptimo para el producto.

Tabla 61: Indicadores sociales de los países seleccionados

Distribución por edad	Estados Unidos de América	Canadá	Reino Unido
0-14 Años	19,40%	15,78%	17,59%
15-24 Años	13,70%	12,62%	11,71%
25-54 Años	39,90%	40,89%	40,29%
55-64 Años	12,60%	15,24%	12,22%
65 años y mas	14,50%	18,10%	18,19%
Población masculina (en %)	49,38%	49,61%	49,20%
Población femenina (en %)	50,42%	50,39%	50,80%
Población Económicamente Activa PEA	166.499.850 (2020)	20.457.473 (2020)	34.738.347 (2020)
Tasa de desempleo	3,9%	7,72%	4,7%

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade, Datosmacro

De acuerdo con los datos analizados en la tabla anterior se evidenció que la distribución por edad de la población abarca mayor porcentaje en los rangos de 25 – 54 años con aproximadamente el 40% del total, sobre la población económicamente activa en Estados Unidos y Reino Unido se presentó mayor nivel de ocupación y esto se traduce en los porcentajes bajos al analizar la tasa de desempleo que es inferior al 5% para estas dos naciones, esto se

consideró al momento de estudiar más adelante cada uno de estos indicadores pues como es el caso de Canadá el porcentaje desempleo es algo alto y podría afectar el poder adquisitivo de los habitantes, aquí también se consideró que debido a los efectos que causó la emergencia sanitaria mundial las ofertas laborales disminuyeron afectando al nivel de vida de las personas de los países seleccionados en el estudio.

Tabla 62: Población total de los países seleccionados

Población Total	Estados Unidos de América	Canadá	Reino Unido
2017	323.1 millones	36,54 millones	66,51 millones
2018	325.1 millones	37,07 millones	66,94 millones
2019	327.2 millones	37,59 millones	67,34 millones
2020	328.2 millones	38,01 millones	67,71 millones
2021*	329.2 millones	38,25 millones	68,13 millones
Tasa de crecimiento 2017 - 2021	0,44%	0,92%	0,48%

* Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Datosmacro y Banco Mundial

Sobre la tabla anterior se evidenció que Estados Unidos de América presenta 330 millones de habitantes aproximadamente y que va en crecimiento, estos datos fueron superiores al relacionarlos con Canadá y Países Bajos que también componen el estudio. Estados Unidos es considerado un mercado muy amplio y con grandes oportunidades por lo que resultó atractivo a considerar para la investigación realizada.

Tabla 63: Perfil del consumidor de Estados Unidos

Perfil del consumidor	Estados Unidos de América				
	2017	2018	2019	2020	2021*
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	12.297.408	12.770.165	13.245.220	13.535.240	13.023.386

Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2,6%	2,9%	2,2%	-3,8%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	36.296	37.008	40.525	41.225	39.527
SMI - Salario Mínimo Interprofesional (USD)	1256	1256	1256	1256	1256

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial, Datosmacro

La tabla anterior detalló información sobre el perfil del consumidor estadounidense, se evidenció que este es atractivo en cuanto al consumo de los hogares con cifras muy representativas, también, el crecimiento anual de este indicador fue de 2,7% aproximadamente con una disminución de -3,8% en el 2021 debido a los efectos que dejó la pandemia Covid 19, el gasto por hogar per cápita estuvo entre 39000 USD para el último año analizado, esto demostró alto poder adquisitivo, cabe aclarar que el SMI se mantiene en 1256 USD sin variaciones durante el periodo analizado, este valor fue muy bajo en comparación con el valor del gasto, concluyendo que el nivel de vida en este país es costoso y se debió tomar en cuenta todo lo mencionado con anterioridad para más adelante seleccionar el país adecuado de destino.

Tabla 64: Perfil del consumidor de Canadá

Perfil del consumidor	Canadá				
	2017	2018	2019	2020	2021*
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1,20	1,18	1,20	1,19	1,24
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	970.564	976.679	992.852	933.980	965.875
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2,5%	1,7%	-5,9%	2,8%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	25.998	26.380	26.410	24.574	25.986
SMI - Salario Mínimo Interprofesional (USD)	1543	1743	1807	1853	1886

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial, Datosmacro

En este país, el perfil del consumidor se determinó como estable debido a que el gasto de consumo en los hogares mostró cierto crecimiento especialmente en el año 2021 con 2,8% pese a que en el 2020 existió un decrecimiento de -5,9% claro está por los efectos de la pandemia Covid -19, el gasto de los hogares per cápita indicó un aproximado de 25000 USD que es inferior a los otros países del estudio, el salario mínimo interprofesional también fue bajo al compararlo con el gasto, fue claro deducir entonces que el estilo de vida canadiense es costoso y se consideró este y otros aspectos a fin de seleccionar el país con mayor oportunidades.

Tabla 65: Perfil del consumidor de Reino Unido

Perfil del consumidor	Reino Unido				
	2017	2018	2019	2020	2021*
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,65	0,62	0,68	0,71	0,68
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	1.950.284	1.998.741	2.020.731	1.799.992	1.985.245
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	1,4%	1,1%	-10,9%	3%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	29.912	30.074	30.234	26.780	29.698
SMI - Salario Mínimo Interprofesional (USD)	1655	1731	1811	1929	2024

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial, Datosmacro

El perfil del consumidor en Reino Unido indicó que el gasto de consumo en los hogares presentó cierta variabilidad sobre todo en los últimos años debido a la pandemia Covid-19, pese a que en 2020 hubo decrecimiento con -10,9%, para el 2021 los datos fueron positivos y el crecimiento fue de 3%, en cuanto al gasto per cápita este estuvo muy cercano al de Estados Unidos y superior a Canadá con aproximadamente 30000 USD, el SMI fue superior a los otros países del estudio y va en crecimiento de acuerdo con la información obtenida, esto resulta positivo pues indica que el poder adquisitivo en este país mejorará y sería adecuado considerar como posible mercad objetivo.

Empleo por sector

Tabla 66: Empleo por sector de los países seleccionados

Países	Empleo por sector (% del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	1,4%	19,9%	78,7%
Canadá	1,5%	19,3%	79,2%
Reino Unido	1,1%	18,1%	80,8%

Fuente: Santander Trade

Al analizar los datos recolectados en la tabla anterior se evidenció que los 3 países se enfocan en la industrialización y los servicios y en porcentajes mínimos a la agricultura, aquí Canadá mostró mayor porcentaje con 1,5% dedicado a la agricultura, seguido de Estados Unidos y Reino Unido, en este punto fue necesario aclarar que sería adecuado el ingreso a cualquiera de ellos, puesto que no mostraron datos representativo como competidores potenciales del producto estudiado por lo que es claro que requieren del bien que se está analizando.

Indicadores políticos de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

Es necesario el análisis de los aspectos políticos relacionados específicamente con el comercio internacional, donde se incluyó a los acuerdos comerciales, balanza comercial, estabilidad política, estabilidad del sistema bancario, barreras y no arancelarias considerando a los tres países del estudio.

Acuerdos Comerciales

Tabla 67: Acuerdos comerciales de los países seleccionados

Países	Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Normativa en materia de Origen, según el Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Sistema de Certificación de Origen	Criterio de Origen	Acceso a mercados
Estados Unidos de América	Sistema Generalizado de Preferencias SGP	Manual sobre el esquema de Estados Unidos	Entidades Públicas	Departamento de Comercio	Departamento de Comercio
Canadá	Arancel General a la Nación más Favorecida NMF	Organización Mundial de Comercio – Arancel NMF	Entidades Públicas	Determinación y certificación de origen	*Reglas de Origen *Requisitos Específicos de Origen

Reino Unido	Acuerdo comercial con los países andinos (Ecuador)	Apartado sobre la liberación arancelaria para el Ecuador	Entidades Públicas	Certificación y declaración de origen	*Reglas de Origen *Requisitos Específicos de Origen
-------------	--	--	--------------------	---------------------------------------	--

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Al analizar los acuerdos comerciales que presentaron los 3 países del estudio fue necesario tomar en cuenta si estos representan una buena oportunidad para el ingreso con el producto en cuestión, Estados Unidos mantiene el SGP con Ecuador que ofrece reducciones arancelarias a varios productos y se aplica a economías en desarrollo como la ecuatoriana, seguido estuvo Canadá que aplica la cláusula de la Nación más Favorecida de la OMC y que no ofrece los beneficios de un acuerdo comercial específico y finalmente al analizar a Reino Unido se encontró que mantiene un acuerdo comercial con los países andinos de la CAN de donde es miembro el Ecuador, pese a que este resultaría más favorable por las reducciones arancelarias aplicadas se consideró que otros países andinos resulten competencia directa con el producto y por ello fue necesario analizar estos aspectos previo a la selección del país más adecuado.

Balanza Comercial

Se detalló a través de la siguiente tabla los datos estadísticos de la relación comercial entre Estados Unidos de América y Ecuador en el periodo 2017 a 2021, mostrando las exportaciones e importaciones totales y finalmente medir la balanza comercial y verificar si existió un déficit o un superávit dentro del comercio bilateral de estos países.

Tabla 68: Balanza comercial Ecuador - Estados Unidos

Balanza Comercial Ecuador y EE. UU. Miles USD						
Año	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento
Exportaciones	5.436.083	5.968.418	6.631.276	6.732.893	4.786.401	-3%
Importaciones	4.116.538	3.959.825	5.008.223	4.637.379	3.977.717	-1%
Balanza Comercial	1.319.545	2.008.593	1.623.053	2.095.514	808.684	

* Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Autora en base a Trademap, 2020

La relación comercial entre estas dos naciones se ha mantenido constante desde años atrás hasta la actualidad, así los datos recolectados indicaron un crecimiento en los valores expuesto tanto de exportación e importación y específicamente en el año 2021 una ligera disminución claro

está por los efectos de la crisis sanitaria mundial que frenó sobremanera el dinamismo del comercio internacional, la tasa de crecimiento decreció -3% en las exportaciones y -1% en las importaciones, aunque existió superávit en todo el periodo analizado no se descarta un déficit a futuro debido al decrecimiento mayor presentado a nivel de exportaciones.

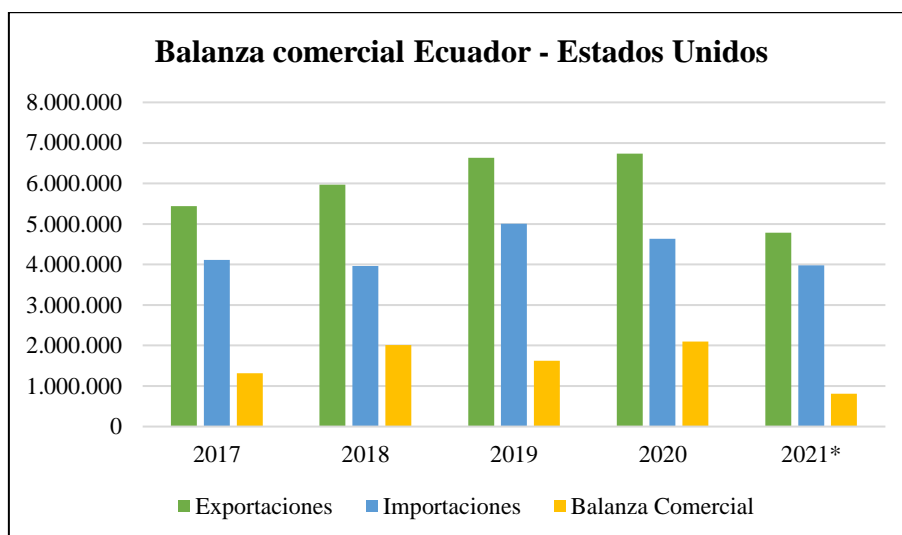


Gráfico 14: Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos

Fuente: Autora en base a Trademap, 2020

La grafica precisa de forma más clara lo mencionado en el párrafo anterior pues el comercio entre los dos países ha sido constante, el año 2019 y 2020 mostraron mayor valor exportado así como importado y se evidenció con claridad la disminución para el 2021, pese a ello, el Ecuador mantuvo un superávit en su balanza comercial con Estados Unidos y se prevé el mismo comportamiento aunque los valores hayas disminuido especialmente en el último año analizado.

Tabla 69: Balanza comercial Ecuador - Canadá

Balanza Comercial Ecuador y Canadá Miles USD						
Año	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento
Exportaciones	85.233	85.469	81.548	118.930	128.444	8%
Importaciones	261.768	291.500	360.165	331.257	361.945	15%
Balanza Comercial	-176.535	-206.031	-278.617	-212.327	-233.501	

* Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap

El comercio con Canadá mostró desventaja significativa para el Ecuador debido a que en el periodo 2017 a 2021 mantuvo valores menores para las exportaciones y mayores en las importaciones, con esto es claro que se demandó más del mercado canadiense de lo que se ofertó o vendió, la tasa de crecimiento fue de 8% para exportaciones y 12% para importaciones y existió un déficit en la balanza comercial con este país. mantener este comportamiento no resultaría positivo para negociaciones con el producto pues no es un mercado donde se tenga muchas posibilidades de ingreso.

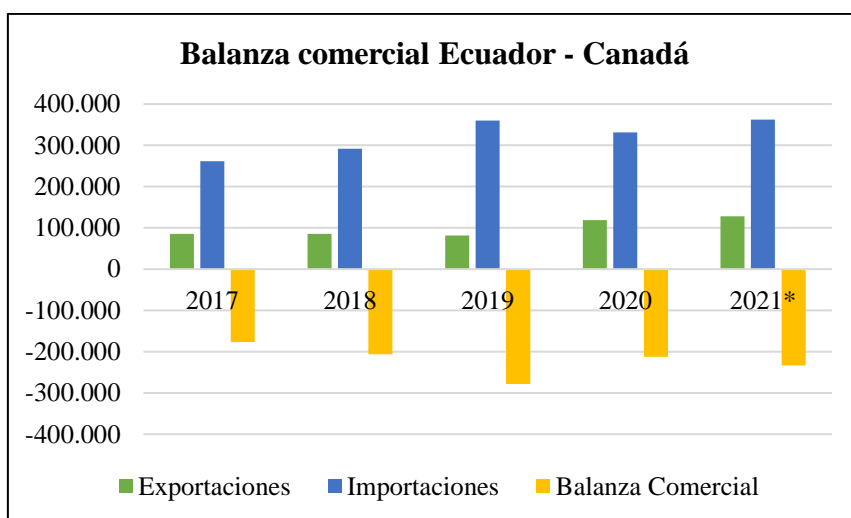


Gráfico 15: Balanza Comercial Ecuador - Canadá
Fuente: Tomado de Trademap

El análisis del gráfico anterior detalló claramente el déficit de la balanza comercial con Canadá pues es un destino donde las exportaciones ecuatorianas pese a tener participación no han logrado un crecimiento adecuado, esto resultó negativo y más bien se tomó como una amenaza al momento de seleccionar a este como posible mercado objetivo.

Tabla 70: Balanza comercial Ecuador - Reino Unido

Balanza Comercial Ecuador y Reino Unido Miles USD						
Año	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento
Exportaciones	199.416	189.708	166.061	229.411	239.763	8%
Importaciones	128.884	157.426	137.579	152.710	173.616	15%
Balanza Comercial	70.532	32.282	28.482	76.701	66.147	

* Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap

Al analizar el comercio Ecuador – Países Bajos se evidenció que tanto los valores de las exportaciones e importaciones tuvieron un aumento significativo, así lo reflejó la tasa de crecimiento que fue de 8% y 12% respectivamente, esto indicó que el país mantiene buenas relaciones comerciales con Reino Unido pues así lo mostraron los datos de la balanza comercial con superávit dentro de todo el periodo analizado, esto resulta una oportunidad para el ingreso con el producto a este país.

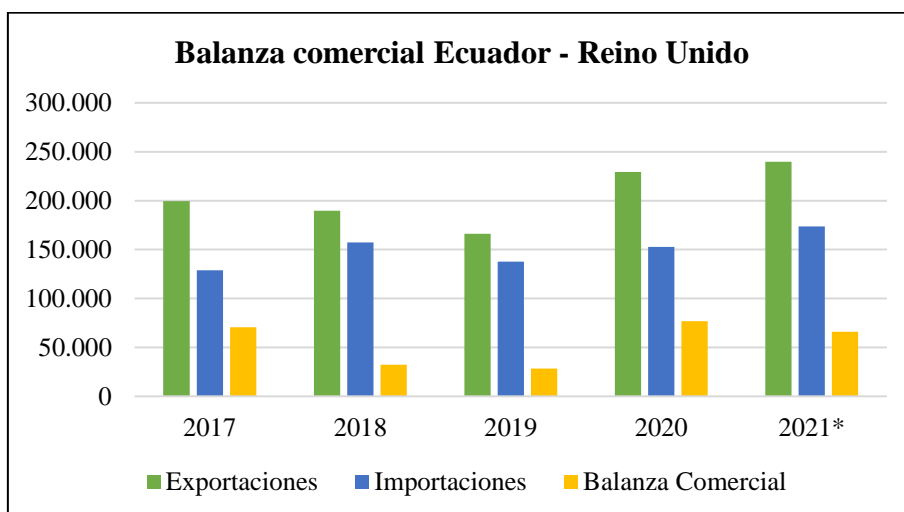


Gráfico 16: Balanza Comercial Ecuador – Reino Unido

Fuente: Tomado de Trademap

En la gráfica se mostró de forma precisa lo mencionado anteriormente, pues el comercio entre estas dos naciones ha ido en crecimiento con el paso de los años especialmente en el 2020 y 2021 mantuvo los mayores valores tanto de exportación e importación, es claro entonces que existiera un superávit que favorece al Ecuador con lo que se puede considerar al país en cuestión como un destino potencial para la entrada del producto.

Estabilidad política

El análisis de la estabilidad política de los países en estudio sirvió para conocer si los indicadores estudiados se tomarían como una fortaleza o debilidad al realizar la matriz POAM, aquí se consideró factores como la estabilidad política, percepción de la corrupción y el control de esta, los datos obtenidos se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 71: Estabilidad política de Estados Unidos

Estados Unidos de América						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			(100 = Sin corrupción)
2016	1,63	1,55	1,26	1,44	0,44	71
2017	1,61	1,51	1,27	1,45	0,60	71
2018	1,60	1,51	1,38	1,28	0,63	73
2019	1,54	1,50	1,28	1,25	0,63	73
2020	1,62	1,46	1,32	1,27	0,62	76
Promedio	1,60	1,51	1,30	1,34	0,58	72,8

Fuente: The Global Economic

Considerando los valores promedio de los indicadores de Estados Unidos recolectados con anterioridad, mostraron que el gobierno trabaja positivamente en el cumplimiento de las leyes y normativa con un valor de 1,51 de 2,5 que es alto, existió un nivel alto sobre el control de la corrupción con 1,30 de 2,5, la estabilidad política fue algo baja con 0,58 de 2,5 debido a que cada estado en este país maneja políticas independientes y resulta difícil que haya control total sobre este indicador, la corrupción fue algo baja con 72,8/100, todo lo anterior resultó como una oportunidad para considerar a este mercado como posible destino del producto.

Tabla 72: Estabilidad política de Canadá

Canadá						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			(100 = Sin corrupción)
2016	1,84	1,78	1,99	1,74	1,45	82
2017	1,81	1,86	1,93	1,89	1,48	82

2018	1,76	1,71	1,83	1,71	1,49	81
2019	1,76	1,73	1,77	1,72	1,43	77
2020	1,66	1,64	1,6	1,6	1,48	77
Promedio	1,77	1,74	1,82	1,73	1,47	79,80

Fuente: The Global Economic

En cuanto a la estabilidad política de Canadá se mostró que una vez analizados los valores promedios de los indicadores descritos en la tabla anterior, una aplicación adecuada de la política de gobierno y la legislación del estado con 1,77 de 2,5, la estabilidad política fue la más alta de los 3 países estudiados indicando 1,47 de 2,5 que es fuerte con mínimo de conflicto político, el control de la corrupción es fuerte con 1,82 de 2,5 y así lo reflejo también la percepción de corrupción que tiene 79,80/100, todos estos aspectos resultan oportunidades que se debieron considerar para la selección del país adecuado en la investigación puesto que estabilidad del sistema político se traduce en estabilidad en todos los demás sectores de una nación.

Tabla 73: Estabilidad política de Reino Unido

Reino Unido						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			(100 = Sin corrupción)
2016	1,68	1,61	1,9	1,76	1,3	81
2017	1,69	1,47	1,86	1,72	1,36	82
2018	1,64	1,4	1,84	1,78	1,37	80
2019	1,61	1,48	1,79	1,63	1,26	77
2020	1,5	1,38	1,69	1,48	1,25	77
Promedio	1,62	1,47	1,82	1,67	1,31	79,40

Fuente: The Global Economic

En Reino Unido la estabilidad política mostró datos positivos en cuanto al cumplimiento de las políticas de gobierno y las leyes con valores de 1.62 de 2,5, así también, el índice de estabilidad política fue de 1,31 que es alto en comparación con Estado Unidos pero bajo si se compara con Canadá, es un país donde la corrupción es bien controlada pues un valor de 1,82 de 2,5 es fuerte y a la vez la percepción de la corrupción indicó 79,40/100 que es muy positivo puesto que en forma general se evidenció alta estabilidad en el ámbito político de este país y una buena oportunidad para negociar a corto y largo plazo.

Estabilidad del Sistema Bancario

Los indicadores de estabilidad del sistema bancario dentro de la investigación fueron fundamental de analizar, debido a que los valores monetarios por las operaciones de intercambio comercial se pagan mediante transferencia bancaria, de esta forma, el comercio mundial tiene mayor dinamismo y mejoran las oportunidades de negociación entre los socios estratégicos, por ello, un país que cuenta con un sistema bancario solido pasará a ser una oportunidad para negociaciones presentes y futuras.

Tabla 74: Estabilidad del sistema bancario de los países seleccionados

País	Puntuaciones z de sistemas bancarios	Tipos de interés del crédito bancario al sector privado	Índice de rotación del mercado bursátil	Número de empresas que cotizan en Bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
	Escala de 1 a 100	Porcentaje	Porcentaje	Compañías	
Estados Unidos	29,80	5,28	108,51	4397	16,75
Canadá	14,14	2,70	38,26	3922	10,53
Reino Unido	9,96	0,50	66,01	1858	14,10

Fuente: The Global Economic

La información sobre la estabilidad del sistema bancario en los tres países analizados mostró que el sistema bancario estadounidense obtuvo mayor puntuación con 29,80/100 seguido de Canadá y Reino Unido, el porcentaje de interés al sector privado fue inferior en Pises Bajos con 0,50%, en cuanto al índice de rotación del mercado bursátil fue Estados Unidos donde se obtuvo el porcentaje más alto de 108,51% a la vez mantuvo el mayor número de compañías que cotizan en la bolsa con 4397 y la rentabilidad más alta en el mercado bursátil al indicar 16.75%. Estados Unidos fue el mercado con mayor estabilidad del sistema bancario pues tiene participación en casi todos los indicadores esta de cerca Canadá y finalmente Reino Unido, esto resultó útil entre otros aspectos previo a la selección del país más adecuado para el estudio en cuestión.

Barreras Arancelarias y No Arancelarias.

El análisis de las barreras arancelarias y no arancelarias de los países estudiados fue necesario para tener claro los requisitos a cumplir previo a la entrada con determinado producto a un mercado específico, así, se evidenció cual país presenta mayor oportunidad o a la vez menor amenaza, los datos se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 75: Barreras arancelarias aplicadas a la cebolla en los países destino

Subpartida arancelaria 0703.10	Tributos		
	Ad-Valorem	Liberación	IVA
Estados Unidos de América	0%	Varía de acuerdo con el producto	*0% - 11.7%
Canadá	5,63%	Varía de acuerdo con el producto	5% (General) *Adicional -PTS
Reino Unido	0%	Varía de acuerdo con el producto	20% (Estándar) 5% (Reducido)

* Su valor depende del estado en Estados Unidos

* Impuesto adicional en Canadá depende de la provincia

Fuente: Macmap, Datosmacro, PROECUADOR

En cuanto a las barreras arancelarias específicamente para la cebolla se evidenció que tanto Estados Unidos y Reino Unido mantuvieron un advalorem de 0% por lo que se descartaría a Canadá específicamente en este indicador, en cuanto al IVA en Estados Unidos no existe una tarifa específica y todo dependerá del estado al que se vaya a ingresar, en el caso de Reino Unido el IVA de 20% se aplica en su mayoría exceptuando alimentos que es donde clasificaría el producto y se tomaría en cuenta la reducción de 5%, entonces resultaría positivo y con mayor oportunidad en este país y no la incertidumbre que se presenta en el otro mercado que también se consideró.

Tabla 76: Barreras no arancelarias aplicadas a la cebolla en los países destino

Subpartida Arancelaria 0703.10	Barreras no arancelarias	Total
Estados Unidos de América	Obstáculos técnicos al comercio	4
	Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas	
	Licencia de Importación	
	Medidas ambientales	
	Certificado FAIRTRADE USA	
Canadá	Certificado fitosanitario para los productos alimenticios	4

	Normas técnicas para productos alimenticios	
	Certificado negativo de contaminación radioactiva	
	Certificado FAIRTRADE Canadiense	
Reino Unido	Certificado de mercancía peligrosa	4
	Normas sanitarias y fitosanitarias	
	Certificado de origen	
	Certificado FAIRTRADE	

Fuente: Macmap, PROECUADOR

Las barreras no arancelarias aplicadas al producto no estuvieron fueran de las normales aplicables previo a la entrada de un producto a un país específico, está el cumplimiento de formalidades y normas técnicas, certificaciones de sanidad y origen que no representan alta dificultad, por ello fue claro aducir que los 3 países podrían serian adecuados dentro de este indicador y representar una oportunidad. Se debió considerar la existencia de acuerdos comerciales para facilitar el comercio a través de la supresión o disminución de los obstáculos al intercambio comercial.

Indicadores económicos de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

A través de estos indicadores se logró conocer la competitividad de los países estudiados, por ello, se analizó la capacidad de eficiencia del mercado laboral y el tamaño de esta, además, los avances que poseen estas naciones en materia de negociaciones internacionales.

Tabla 77: Indicadores económicos de Estados Unidos

Estados Unidos de América						
Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento 2017-2021
PIB (miles de millones de USD)	18.745.773	19.543.283	21.612.921	20.433.333	20.937.784	2%
PIB per cápita (USD)	58.021	60.110	65.064	63.280	63.544	2%
Tasa de inflación (%)	2,14%	2,40%	1,81%	1,25%	2,20%	0,5%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,70%	4,40%	3,70%	6,70%	4,2%	12%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	83,57	85,64	83,67	84.02	84,90	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3.92	3.99	3.99	3.89	3.95	0.03%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro, The Global Economic y Banco Mundial

Al analizar los indicadores económicos descritos en la tabla anterior sobre Estados Unidos indicaron que muestra oportunidades para ser seleccionado como mercado objetivo del producto, puesto que el PIB y PIB per cápita presentaron un crecimiento de 2% y sus valores van en aumento lo que indica un alto poder adquisitivo por parte de la población, la tasa de inflación mantuvo cierta variabilidad y pese a ello no representó una amenaza potencial de cambios en los precios al consumidor, por otra parte, el índice de competitividad se mantuvo en 84,90 para el 2021 que fue superior a Canadá y Reino Unido.

Tabla 78: Indicadores económicos de Canadá

Canadá						
Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento 2017-2021
PIB (miles de millones de USD)	1.649,30	1.721,85	1.741,58	1.644,04	2.015,98	4%
PIB per cápita (USD)	45.129	46.455	46.400	43.295	52.791	3%
Tasa de inflación (%)	1,60%	2,30%	1,90%	0,70%	3,27%	15%
Tasa de paro (% de la población activa)	6,34%	5,83%	5,70%	9,60%	7,70%	4%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	76,43	79,92	79,59	80,04	79,85	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,85	3,94	3,97	3,89	3,85	0,8%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro, The Global Economic y Banco Mundial

En Canadá los indicadores económicos mostraron estabilidad y aumento dentro del periodo analizado, la tasa de crecimiento tanto del PIB como PIB Per cápita fue de 4% y 3% respectivamente lo que se traduce en capacidad alta para adquirir bienes y satisfacer necesidades de la población, además de ser la más alta en comparación con los otros 2 países, la tasa de inflación estuvo aproximadamente entre 2% a 3% en los años estudiados, aun así no representa una amenaza potencial que haga cambiar el índice de precios del consumidor, en cuanto al índice de competitividad se situó en 79,85 tentativamente para el 2021, que fue la más baja en comparación con los otros países analizados.

Tabla 79: Indicadores económicos de Reino Unido

Reino Unido						
Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento 2017-2021
PIB (miles de millones de USD)	2.662,48	2.875,29	2.830,75	2.707,68	3.108,42	3%
PIB per cápita (USD)	42.971	43.246	42.417	40.394	46.200	1%
Tasa de inflación (%)	2,60%	2,30%	1,70%	1,00%	2,20%	-3%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,33%	4,00%	3,80%	4,50%	5,00%	3%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78,71	81,99	81,23	82,03	81,98	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,93	4,03	4,05	4,05	4,21	1,5%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Datosmacro, The Global Economic y Banco Mundial

En Reino Unido los indicadores económicos reflejaron que valores representativos y el aumento tanto en el PIB y PIB per capital, obtuvieron la tasa de crecimiento de 3% y 1% respectivamente por lo que se evidencia una economía con alta estabilidad, la tasa de inflación mostró cierta variabilidad pero no fue una amenaza para que exista fluctuación en los precios al consumidor, la competitividad de este país fue por poco inferior a Estados Unidos pero si superior a Canadá con 81,98 para el 2021, por ello, de demostró que este mercado obtuvo buenas oportunidades en este indicador y debe tenerse en consideración momento de la selección del mercado objetivo para el producto.

4.6.1.2.7. Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

La siguiente tabla indica la metodología calificó a cada uno de los ítems descritos con anterioridad sobre los tres países de estudio para este producto, de esta forma, se asignó una calificación expresada en: Alto = 3 puntos, Medio = 2 puntos y Bajo = 1 punto, esto para las oportunidades y las amenazas presenten en cualquiera de los tres países, posterior, se sumaron las calificaciones de cada país y el que obtuvo el valor más alto fue seleccionado como país de destino de la posible venta de la cebolla.

La asignación del valor calificado se realizó mediante un análisis comparativo entre los 3 países de los indicadores sociales, políticos y económicos descritos en las tablas anteriores y a la vez se optó por asignar una ponderación de estos a través de porcentajes que en conjunto sumarán 100%, así el valor de oportunidad o amenaza estuvo ligado al impacto del indicador analizado.

4.6.1.2.8. Matriz POAM de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

Tabla 80: Matriz POAM de los países: Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

	Estados Unidos						Canadá						Reino Unido						
	Pond.	Oportunidad			Amenaza			Oportunidad			Amenaza			Oportunidad			Amenaza		
Factores Sociales	20%	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos
% gasto alimentación	3%	Alto	3	0,09				Medio	2	0,06				Medio	2	0,06			
Remuneración mínima	10%	Medio	2	0,2				Alto	3	0,3				Alto	3	0,3			
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	3%	Medio	2	0,06				Alto	2	0,06				Medio	2	0,06			
Perfil de consumidor	2%	Medio	2	0,04				Medio	2	0,04				Medio	2	0,04			
Paridad del poder adquisitivo	2%				Bajo	1	0,02				Alto	3	0,06				Bajo	1	0,02
		Suma		0,39	Suma		0,02	Suma		0,46	Suma		0,06	Suma		0,46	Suma		0,02
		Promedio		0,10	Promedio		0,02	Promedio		0,12	Promedio		0,06	Promedio		0,12	Promedio		0,02
Factores Políticos	45%	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos
Acuerdo Comerciales	5%	Medio	2	0,1				Bajo	1	0,05				Alto	3	0,15			
Tarifas arancelarias	5%	Medio	2	0,1				Bajo	1	0,05				Alto	3	0,15			
Balanza comercial	2%	Alto	3	0,06				Bajo	1	0,02				Medio	2	0,04			
Estabilidad Política	10%				Bajo	1	0,1				Bajo	1	0,1				Bajo	1	0,1
Barreras Arancelarias	10%	Alto	3	0,3				Bajo	1	0,1				Alto	3	0,3			
Barreras No arancelarias	10%				Bajo	1	0,1				Medio	2	0,2				Bajo	1	0,1
Estabilidad del Sistema Bancario	1%	Medio	2	0,02				Medio	2	0,02				Medio	2	0,02			
Tasa impositiva	2%				Bajo	1	0,02				Bajo	1	0,02				Bajo	1	0,02
		Suma		0,58	Suma		0,22	Suma		0,24	Suma		0,32	Suma		0,66	Suma		0,22
		Promedio		0,12	Promedio		0,07	Promedio		0,05	Promedio		0,11	Promedio		0,13	Promedio		0,07
Factores Económicos	35%	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos	Nivel	Eval.	Puntos
Producto Interno Bruto (PIB)	3%	Alto	3	0,09				Medio	2	0,06				Medio	2	0,06			

Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	3%	Medio	2	0,06			Alto	3	0,09			Medio	2	0,06		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	5%	Alto	3	0,15			Medio	2	0,1			Bajo	1	0,05		
Tasa de desempleo	5%				Bajo	1	0,05			Medio	2	0,1		Medio	2	0,1
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)	5%				Bajo	1	0,05			Bajo	1	0,05		Bajo	1	0,05
Importaciones	3%				Bajo	1	0,03			Alto	3	0,09		Bajo	1	0,03
Exportaciones	3%	Alto	3	0,09			Bajo	1	0,03			Medio	2	0,06		
Índice de Competitividad Global	3%	Alto	3	0,09			Medio	2	0,06			Medio	2	0,06		
Desempeño Logístico	5%	Medio	2	0,1			Medio	2	0,1			Alto	3	0,15		
			Suma	0,58	Suma	0,13	Suma	0,44	Suma	0,24	Suma	0,44	Suma	0,18		
			Promedio	0,10	Promedio	0,04	Promedio	0,07	Promedio	0,08	Promedio	0,07	Promedio	0,06		

La abreviatura Pond. Corresponde al termino ponderación

La abreviatura Eval. Corresponde al termino evaluación

Fuente: Autora

4.6.1.2.9. Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

Tabla 81: Ponderación de la Matriz POAM de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

	Estados Unidos de América			Canadá		Reino Unido	
	Ponderación	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Sociales	20%	0,1	0,02	0,12	0,06	0,12	0,02
Factores Políticos	45%	0,1	0,07	0,05	0,11	0,13	0,07
Factores Económicos	35%	0,12	0,04	0,07	0,08	0,07	0,06
Suma	100%	0,32	0,13	0,24	0,25	0,32	0,15
Calificación		0,19		-0,01		0,17	

Fuente: Autora

Una vez realizada la Matriz POAM y la correspondiente ponderación de los países seleccionados se evidenció que el mercado más apto fue Estados Unidos de América, obtuvo un puntaje de 0,19 en la calificación que fue superior al comparar los demás, este mercado mostró las oportunidades en crecimiento para el ingreso del producto a largo plazo, se destacó algunos de los indicadores claves sobre este país, su población es de 329.2 millones que es muy amplia y claramente este mercado es muy amplio y con altas posibilidades para el producto a ingresarse, así también, en cuanto al gasto de consumo en los hogares per cápita mostró un valor de 40.000 USD aproximadamente, dentro del salario mínimo interprofesional (SMI) fue de 1256 USD para el último año analizado y posiblemente exista variaciones a futuro en este país, el PIB per cápita fue mayor a 60.000 USD indicando un alto nivel de vida para la población y crecimiento de la economía que es una de las principales a nivel mundial, la balanza comercial indicó un intercambio estable con superávit de 808.684 en el último año estudiado y aunque la tasa de crecimiento fue negativa se tomó en consideración que este mercado es uno de los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas, la estabilidad política obtuvo 0.58 de 2.5 que es un indicador en este caso de nivel medio representando buena estabilidad considerando la política autónoma que manejan los estados en este país y no permite el control total de este indicador, a la vez, el sistema bancario mantuvo un nivel estable y favorable para la negociación pues posee una economía sólida y creciente que facilita las negociaciones de índole internacional, sobre el impuesto al valor agregado (IVA) aplica de 0 a 11% esto dependiendo del Estado y a la vez posee un advalorem de 0% para la cebolla que resulta de la preferencia arancelaria SGP que esta nación mantiene con el Ecuador, los aspectos mencionados con anterioridad fueron claves para seleccionar este mercado para el estudio pues existen buenas oportunidades para las exportaciones desde el Ecuador.

4.6.2. Consumo Nacional Aparente (CNA) en Países Bajos y Estados Unidos.

Este indicador ayuda a determinar la cantidad de un bien o servicio que es requerida en un mercado específico. La fórmula utilizada para obtener el indicador es:

$$\text{CNA} = \text{Producción Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Para el estudio en cuestión se aplicó este indicador a fin de verificar si existió consumo de los productos seleccionados que ayudan a reforzar el sistema inmunológico que fueron el aguacate dentro del mercado de Países Bajos y la cebolla en el mercado de Estados Unidos de América, sobre esto se obtuvo la información detallada a continuación.

Tabla 82: Consumo Nacional Aparente del aguacate en Países Bajos

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones Tn (+)	Exportaciones Tn (-)	Consumo Nacional Aparente de aguacate	
				Toneladas	Kilogramos
2017	0	207.296	189.257	18.039	18.039.000
2018	0	258.741	245.776	12.965	12.965.000
2019	0	278.913	260.108	18.805	18.805.000
2020	0	351.158	333.499	17.659	17.659.000
2021*	0	375.477	352.315	23.162	23.162.000
2022*	0	415.627	385.478	30.149	30.149.000
2023*	0	455.777	422.657	33.120	33.120.000
2024*	0	495.927	460.364	35.563	35.563.000
2025*	0	536.077	490.254	45.823	45.823.000
2026*	0	576.227	529.473	46.754	46.754.000

*Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, FAOSTAT, 2020

De acuerdo con la tabla anterior el CNA de aguacate en Países Bajos mostró un crecimiento significativo en el consumo de este producto, cabe destacar que en este país la Producción Nacional sobre este bien no presentó datos de acuerdo con el portal FAOSTAT (2020) que contiene información sobre los niveles de producción de los países del mundo. En cuanto a las importaciones y exportaciones estas mantuvieron una tendencia de crecimiento tanto en los datos históricos así como en la proyecciones, por ello, fue claro que en este mercado si existirá consumo de aguacate como un bien para ayudar a reforzar el sistema inmunológico,

considerando que la pandemia por el Covid -19 persiste y es importante que la población continúe cuidando de su salud.

Tabla 83: Consumo Nacional Aparente de la cebolla en Estados Unidos

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones Tn (+)	Exportaciones Tn (-)	Consumo Nacional Aparente de cebolla	
				Toneladas	Kilogramos
2017	1.903.200	10.388	31.439	1.882.149	1.882.149.000
2018	1.745.100	11.404	33.341	1.723.163	1.723.163.000
2019	952.457	10.153	38.771	923.839	923.839.000
2020	987.641	9.011	30.725	965.927	965.927.000
2021*	1.203.000	9.985	37.064	1.175.921	1.175.921.000
2022*	925.451	10.065	37.420	898.096	898.096.000
2023*	969.547	10.387	36.695	943.239	943.239.000
2024*	984.325	10.925	34.862	960.388	960.388.000
2025*	997.685	11.225	35.281	973.629	973.628.900
2026*	1.002.300	11.756	37.315	976.741	976.741.000

*Los datos se proyectaron: $y = a + b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, FAOSTAT, 2020

El CNA en Estados Unidos en relación con la cebolla mostró crecimiento significativo tanto en los datos históricos así como en las proyección realizadas, este país es el tercer productor de este bien a nivel mundial solo detrás de la India y China, se menciona esto en el portal FAOSTAT (2020) sobre los niveles de producción en el mundo. Los datos sobre exportación e importación indicaron de igual forma una tendencia de crecimiento especialmente en las exportaciones, fue claro argumentar entonces que en este país el consumo del producto es significativo pues así lo indicó los valores obtenidos en el CNA tanto en toneladas como en kilogramos, fue necesario tener en cuenta que la cebolla es la tercer hortaliza que más se consume por los estadounidenses y sobre todo conociendo de sus beneficios para reforzar el sistema inmunológico se prevé alta demanda por parte de este mercado pues la emergencia sanitaria mundial por el Covid-19 aún persiste y las personas deberán seguir cuidando de sus salud junto con el cumplimiento de las medidas de bioseguridad.

4.6.3. Demanda insatisfecha de consumo en Países Bajos y Estados Unidos.

Con la información referente al Consumo Nacional Aparente tanto del aguacate en Países Bajos y la cebolla en Estados Unidos se realizó el cálculo de la demanda insatisfecha de consumo existente en estos dos mercados que debe obtenerse en kilogramos (kg) para ello se tomó como base el indicador antes mencionado y la población para obtener el consumo per cápita, además, se comparó con el consumo recomendado por profesionales en salud y nutrición y de esta forma se logró evidenciar si existe déficit de consumo o demanda insatisfecha de los productos.

Tabla 84: Demanda insatisfecha de consumo de aguacate en Países Bajos

Año	PN (kg)	Importaciones (kg)	Exportaciones (kg)	CNA (kg)	Población Países Bajos	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)
2017	0	207.296.000	189.257.000	18.039.000	17.130.000	1,1	3,75	2,7
2018	0	258.741.000	245.776.000	12.965.000	17.230.000	0,8	3,75	3,0
2019	0	278.913.000	260.108.000	18.805.000	17.330.000	1,1	3,75	2,7
2020	0	351.158.000	333.499.000	17.659.000	17.440.000	1,0	3,75	2,7
2021*	0	375.477.000	352.315.000	23.162.000	17.470.000	1,3	3,75	2,4
2022*	0	415.627.000	385.478.000	30.149.000	17.500.000	1,7	3,75	2,0
2023*	0	455.777.000	422.657.000	33.120.000	17.580.000	1,9	3,75	1,9
2024*	0	495.927.000	460.364.000	35.563.000	17.620.000	2,0	3,75	1,7
2025*	0	536.077.000	490.254.000	45.823.000	17.702.000	2,6	3,75	1,2
2026*	0	576.227.000	529.473.000	46.754.000	17.732.000	2,6	3,75	1,1

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

En la tabla anterior se detalló la demanda insatisfecha de consumo de aguacate en Países Bajos donde se evidenció un consumo per cápita aproximado de 1,6 kg al año, además, este indicador mostró un crecimiento significativo en lo referente a las proyecciones evidenciado que el consumo per cápita de este bien ira en aumento. Es necesario tener en cuenta que la FAO recomienda el consumo de 3.25 kg de aguacate por persona al año, esta información fue clave para determinar que en este mercado si existe un déficit de consumo de este bien que puede ser cubierto y representó una oportunidad para ofertarlo pues son importantes los beneficios de este bien para proteger la salud de las personas en tiempos de Covid-19.

Tabla 85: Demanda insatisfecha de consumo de cebolla en Estados Unidos

Año	PN (kg)	Importaciones (kg)	Exportaciones (kg)	CNA (kg)	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)
2017	1.903.200.000	10.388.000	31.439.000	1.882.149.000	323.100.000	5,8	6	0,2
2018	1.745.100.000	11.404.000	33.341.000	1.723.163.000	325.100.000	5,3	6	0,7
2019	952.457.000	10.153.000	38.771.000	923.839.000	327.200.000	2,8	6	3,2
2020	987.641.000	9.011.000	30.725.000	965.927.000	328.200.000	2,9	6	3,1
2021*	1.203.000.000	9.985.000	37.064.000	1.175.921.000	329.200.000	3,6	6	2,4
2022*	925.451.000	10.065.000	37.420.000	898.096.000	331.520.000	2,7	6	3,3
2023*	969.547.000	10.387.000	36.695.000	943.239.000	335.480.000	2,8	6	3,2
2024*	984.325.000	10.925.000	34.862.000	960.388.000	339.600.000	2,8	6	3,2
2025*	997.685.000	11.225.000	35.281.000	973.628.900	343.500.000	2,8	6	3,2
2026*	1.002.300.000	11.756.000	37.315.000	976.741.000	345.800.000	2,8	6	3,2

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

La información de la tabla descrita con anterioridad señaló que existe demanda insatisfecha de consumo de cebolla en Estados Unidos puesto que el consumo per cápita de este bien fue de 3.4 kg por año con una ligera disminución dentro de las proyecciones, pese a ello el consumo se mantuvo bajo los 6 kg al año por persona, recomendado por la Food and Drug Administration (FDA) que se encarga de la protección de la salud e inocuidad de los alimentos en Estados Unidos. Dicho esto, fue claro la presencia de déficit de consumo dentro de este mercado y los valores en relación con las proyecciones van en aumento por lo que existe una oportunidad para la oferta del producto en este país, considerando además que las personas continúan cuidando de su salud y la cebolla incorpora muchos beneficios para reforzar el sistema inmunológico que requiere especial atención por la presencia y persistencia del virus Covid-19.

4.6.4. Segmentación de los mercados seleccionados.

Considerando la selección previa de los países de estudio tanto para el aguacate que fue Países Bajos y para la cebolla Estados Unidos fue necesario segmentar estos para enfocarse a un lugar específico con el producto, pues son mercados amplios sobre todo el estadounidense;

para este fin se utilizó la herramienta de Google Trends o de términos de búsqueda de este mismo servidor que es capaz de mostrar en forma dinámica y a través de gráficos la frecuencia de temas y términos buscados por los usuarios en un tiempo determinado o de una región específica del mundo, para el estudio se buscó el consumo de los bienes en los países seleccionados obteniendo la información detallada a continuación.

4.6.4.1. Segmentación del mercado de Países Bajos.



Gráfico 17: Segmentación de mercado, Países Bajos
Fuente: Google Trends, 2021

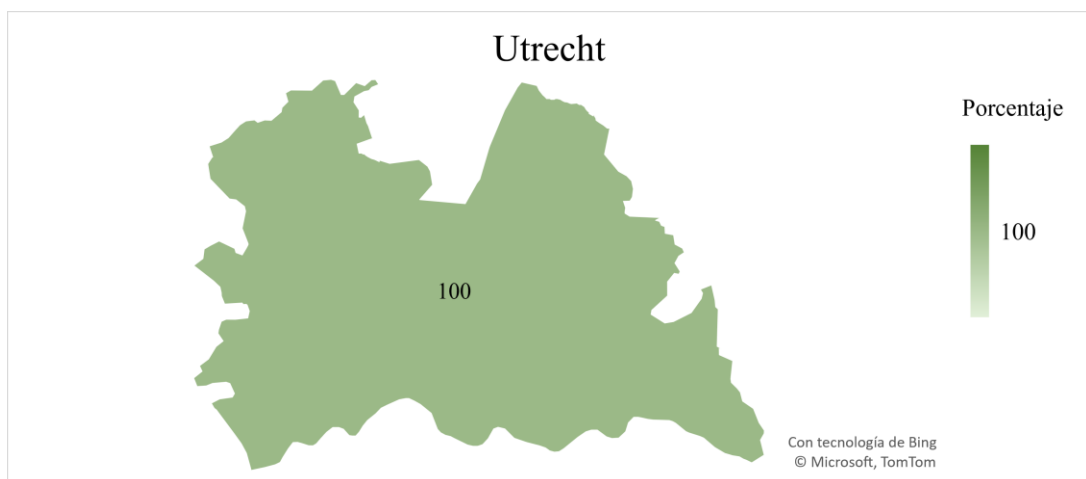


Gráfico 18: Segmento específico de consumo de aguacate en Países Bajos
Fuente: Google Trends, 2021

De acuerdo con la información obtenida el lugar con mayor tendencia de búsqueda de consumo de aguacate en Países Bajos fue la provincia de Utrecht, ubicada en el centro del país y forma parte fundamental de funcionamiento económico de esta nación pues está compuesta por una sofisticada infraestructura marítima, terrestre y ferroviaria que es eje principal para el comercio interno e internacional garantizado un alto nivel de competitividad para esta y provincias cercanas. Junto con las provincias de Holanda Meridional, Holanda Septentrional, y Flevoland forman el Randstad que es la mayor unión de territorios en el país y la Unión Europea esto a fin de ser el centro económico más sofisticado y amplio de la región, pues poseen el puerto marítimo de Rotterdam que es la puerta de entrada principal al comercio en toda Europa, de esta forma aporta a la economía nacional que se refleja a través de indicadores como el PIB y PIB per cápita. (ICEX, 2018).

4.6.4.1.1. Tendencias de consumo en Países Bajos.

A nivel general, las tendencias de consumo en este país están ligadas de una provincia a otra y no presentan variaciones significativas, las frutas son específicamente los bienes agrícolas con mayor demanda en este mercado y han aumentado significativamente en los últimos años dado las nuevas condiciones de vida a las cuales se adaptó la población mundial por la crisis sanitaria del Covid-19, esto llevó a la población a consumir más productos frescos, con alto valor nutricional y que aporten al cuidado del sistema inmunológico y la salud en general, es aquí donde el aguacate ha sido uno de los productos de mayor importación y consumo en este mercado pues es un superalimento con amplios beneficios para el cuidado de la salud, estos patrones de consumo son propios de esta nación y demás países europeos que en la mayoría de casos asignan alto porcentaje del gasto de consumo en los hogares a la adquisición de alimentos saludables. Otra de las razones para poseer alta demanda de frutas como el aguacate en Países Bajos es que a través del puerto de Rotterdam ingresan productos que luego son redistribuidos a toda Europa pues aquí cuentan con la infraestructura, acopio y logística de distribución para variedad de productos provenientes de mercados internacionales, además, se debe considerar que este país es uno de los principales exportadores a nivel mundial de todo tipo de bienes y el 45% de las ventas al exterior son resultados de la reexportación, es decir, ellos importan para volver a exportar y gracias a ello mantienen su nivel de competitividad y participación en el mercado muy alta debido a la eficiencia en todos sus procesos (López, 2017).

4.6.4.1.2. Perfil del consumidor de Países Bajos.

Al no contar con datos específicos sobre el consumidor de Utrecht, se obtuvo información sobre el consumidor a nivel general de este país. El consumidor neerlandés mantiene un elevado poder adquisitivo pues está ligado a un mercado muy desarrollado, solido, amplio, y extremadamente competitivo, las personas son muy exigentes cuando se trata de precios, entonces, acceder al cliente no es nada fácil pero destaca en ellos el interés por bienes innovadores, novedosos, amigables con el medio ambiente y que procedan en su mayoría del comercio justo. Debido a los hábitos que mantienen los consumidores al momento de realizar las compras como la movilización en bicicletas, búsqueda de ofertas, la decisión de adquirir productos del día pues están más frescos y conservados y la distribución geográfica de los habitantes en grandes urbes por lo general, los centros de abasto, supermercados grandes y medianos están entre los visitados principalmente para la adquisición de productos.

Sumado a lo anterior, se destaca que las condiciones actuales por la emergencia sanitaria mundial han limitado de cierta manera la forma de adquirir los productos y ahora es habitual el uso de plataformas virtuales de compra o el conocido comercio electrónico (e-commerce) puesto que el mercado se ha transformado en digital para mayor seguridad del cliente, las aplicaciones de compra para cualquier tipo de dispositivo electrónico facilitan de cierta forma la obtención de variedad de bienes y con la entrega a domicilio se minimiza el exponerse al contagio del virus, brindando mayor seguridad a la población en general (ICEX, 2018).

4.6.4.1.3. Población del mercado segmentado en Países Bajos y proyección.

Para conocer de manera precisa si la demanda y consumo de aguacate mantendrán una tendencia de crecimiento favorable para el estudio, se realizó el análisis de la población de Utrecht tanto con datos históricos y las proyecciones utilizando el método de mínimos cuadrados (regresión lineal), además, tomado en cuenta la tasa de crecimiento para el periodo analizado.

Tabla 86: Población de Utrecht - Países Bajos y proyección

	Año	Población	Tasa de crecimiento
Población histórica	2017	1285000	
	2018	1295000	
	2019	1307000	
	2020	1318000	
	2021	1325000	3,1%
Población proyectada	2022	1339000	
	2023	1342000	
	2024	1359000	
	2025	1364000	
	2026	1376000	

Proyección mínimos cuadrados: $y = 10300x + 1E+06$

Fuente: Tomado de Eurostat, 2021

En la tabla anterior se describe los datos que indicaron que la población en Utrecht tendrá un aumento significativo a través de los años analizados, la tasa de crecimiento mantendrá una tendencia de 3,1% por lo que aumentan las oportunidades para el consumo de aguacate específicamente en este segmento del mercado neerlandés y fue factible considerar destinar la oferta exportable de este bien a este lugar, considerando también el perfil del consumidor y las tendencias de consumo ya descritas con anterioridad.

4.6.4.2. Segmentación del mercado de Estados Unidos.

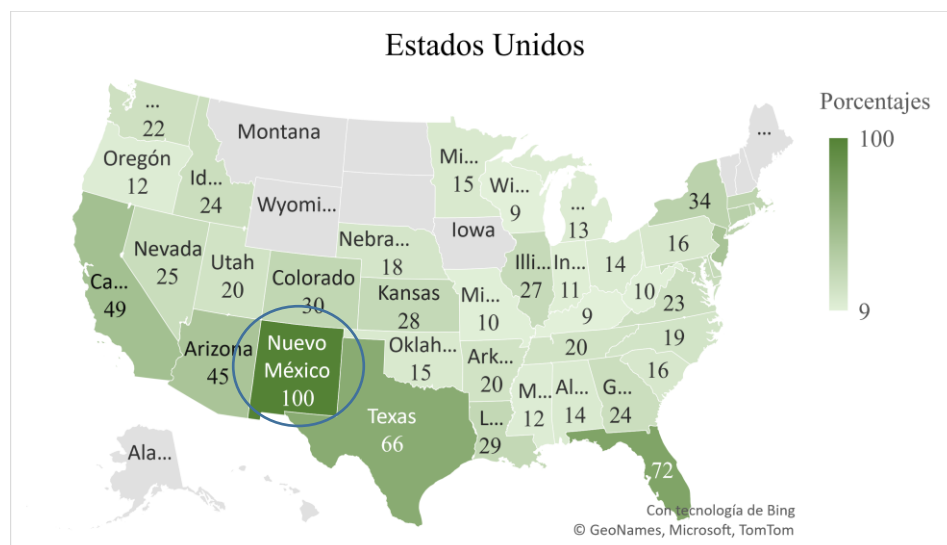


Gráfico 19: Segmentación de mercado, Estados Unidos

Fuente: Google Trends, 2021

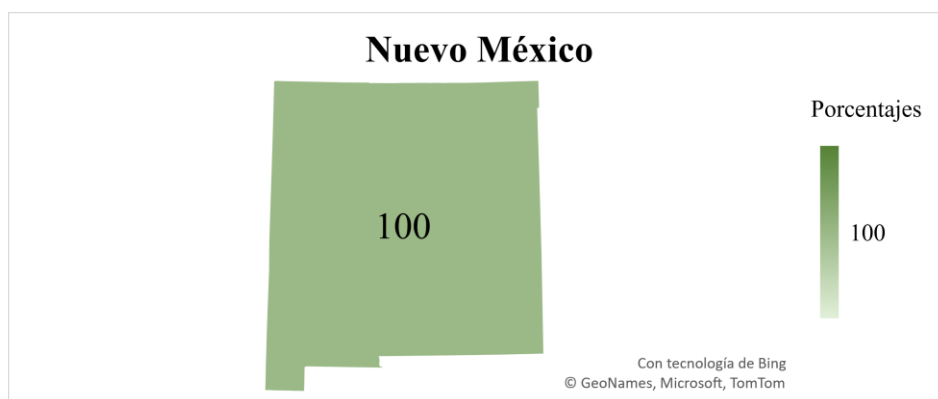


Gráfico 20: Segmento específico de consumo de cebolla en Estados Unidos
Fuente: Google Trends, 2021

La información obtenida sobre el estado con mayor tendencia de búsqueda de consumo de cebolla en Estados Unidos fue Nuevo México, está ubicado en el Oeste del país considerado entre los 5 estados más extensos de todo el territorio, su economía está basada en la minería, la energía, infraestructuras aéreo-espaciales, centro de defensa nacional, también cuenta con alta participación en la ganadería, la agricultura orgánica e industria maderera pese a sus terrenos algo secos. Cuenta con una infraestructura logística estratégica tanto en localización como en procesos con redes ferroviarias y terrestres que facilitan el comercio entre los estados del sur del país y que colindan hasta la frontera mexicana, estos son Texas, Arizona, Colorado, Kansas, Utah y California principalmente, todo esto impacta positivamente a la economía de esta parte del país aportando al intercambio comercial internacional con México, el PIB de este estado representa el 0.85% del total de Estados Unidos.

4.6.4.2.1. Tendencias de consumo en Estados Unidos.

Al no contar con información específica sobre las tendencias de consumo en Nuevo México fue necesario describir las existente para todo el país en general, según el Institute of Food Technologists – IFT (2021) los estadounidenses mostraron patrones de consumo alimenticio ligados expresamente a las nuevas condiciones de vida por la emergencia sanitaria mundial del Covid-19, esto llevó a que las personas se preocupen más por el cuidado de la salud mental e inmunológica y opten por adquirir bienes saludables, frutas y verduras frescas y del día pero sobre todo que contengan alto porcentaje de vitaminas, minerales, proteínas, betacarotenos que promuevan el bienestar familiar. Así también, debido al impacto financiero negativo por la pandemia los consumidores cuidarán más lo que gastan en alimentos y mantendrán patrones

de ahorro de ser posible pues en muchas familias los ingresos han disminuido considerablemente por lo que el gasto de consumo en los hogares también decreció, sumando a esto se tomó en cuenta un aspecto clave que ha impulsado un estilo de vida por decir algo nuevo claro está por los efectos del coronavirus, esto es “la comida como medicina”, pues ahora la compra de productos está estrechamente ligada con los aporte o beneficios específicos para la salud pero sobre todo que ayuden a cuidar y fortalecer el sistema inmunológico, es aquí donde la cebolla cobra participación en este mercado pues los beneficios que aporta al cuidado de la salud son variados, considerando también que Estados Unidos es uno de los principales importadores de este bien a nivel mundial con un consumo aproximado de 9 kg por persona al año que es superior al recomendado por los entes de salud y nutrición, es claro entonces que los estadounidenses se preocupan por mantener un estilo de vida saludable que es clave para las condiciones de vida actuales, se prevé que la selección de alimentos será orientándose a la tendencia antes mencionada superando a los patrones ya conocidos como bienes de origen orgánicos, limpios, locales, entre otros. Dentro de este aspecto destaca también la selección de un etiquetado que mencione los ingrediente naturales, composición del producto y beneficios para la salud pues el consumidor ve como atractivo estos aspectos previo a la selección del bien a adquirir (Actualfruveg, 2021).

4.6.4.2.2. Perfil del consumidor de Estados Unidos.

La información obtenida fue del perfil del consumidor estadounidense al no contar con datos sobre el consumidor específicamente del Estado de Nuevo México, considerando que el mercado estadounidense es muy amplio y variado por lo que resulta difícil definir un perfil único de consumidores, para el caso se optó por describir al consumidor de alimentos como frutas y verduras frescas, así, el mayor porcentaje de gasto de consumo en los hogares esta destinados a este grupo de alimentos, las personas entre 28 a 64 años son la población que mayormente adquieren estos bienes ya que mantienen un poder adquisitivo alto con ingresos superiores a \$60.000 al año, por otra parte, el consumidor en este país mantiene particular interés en consumir productos saludables y nutritivos que favorezcan el conservar una buena salud y evitar contraer enfermedades sobre todo en la actualidad por la latente amenaza del virus Covid-19, lo anterior se corrobora con el incremento de la demanda de productos sostenibles y ecológicos especialmente por el segmento de consumidores jóvenes, donde destacan las frutas y hortalizas como zanahorias, bananas, manzanas, el aguacate, las coles de

Bruselas, cebollas entre otras están captando mayor consumo, pues como bien se indicó optan por alimentos funcionales, los ingredientes nutritivos y superalimentos que promueven la salud. Debido a que las grandes urbes concentran el mayor número de habitantes la adquisición de alimentos se realiza en las grandes cadenas de supermercados, prefieren la calidad al precio y ahora siempre buscan que el producto beneficie de cierta forma al cuidado de la salud o por lo menos no afecte a esta, dado el nivel de vida muy ajetreado realizan las compras para varios días incluso semanas, aunque esto cambio drásticamente por las nuevas condiciones de vida debido al Covid-19, ahora están tendiendo a adquirir bienes del día, frescos y lo menos industrializados posible, las ofertas son aspectos que también aprovechan siempre y cuando los estándares de calidad no sean inferiores a los requeridos.

Un aspecto fundamental sumado a los mencionados con anterioridad es que en este país dado su extensión y estilo de vida muy activo, la adquisición de bienes desde décadas atrás se ha realizado on line o compras por internet, pues este mercado posee el mayor porcentaje de publicidad y ventas en línea del mundo, por ello, es claro que los consumidores desde la comodidad de su hogar realizan la compra de todo tipo de bienes donde los alimentos tienen alto protagonismo, así se evita las largas filas en supermercados, la exposición a aglomeraciones que dado la crisis sanitaria actual no hacen más que resultar una amenaza a la población de contraer el virus, ahora, estos aspectos hacen parte del perfil del consumidor en uno de os mercados más amplio y diverso del mundo (Santander Trade, 2021).

4.6.4.2.3. Población del mercado segmentado en Estados Unidos y proyección.

Para corroborar de forma más precisa si tanto la demanda como el consumo de cebolla mantendrán una tendencia de crecimiento propicia para el estudio, se realizó el análisis de la población del Estado de Nuevo México utilizando los datos históricos y posteriormente obteniendo las proyecciones utilizando el método de mínimos cuadrados (regresión lineal), considerando también la tasa de crecimiento para el periodo estudiado.

Tabla 87: Población de Nuevo México - Estados Unidos y proyección

	Año	Población	Tasa de crecimiento
Población histórico	2017	2.092.784	
	2018	2.093.741	
	2019	2.097.829	
	2020	2.106.574	
	2021	2.190.352	
Población proyectada	2022	2.208.645	3,8%
	2023	2.276.898	
	2024	2.304.387	
	2025	2.384.129	
	2026	2.400.987	
	Proyección mínimos cuadrados: $y = 20800x + 2E+06$		

Fuente: Tomado de Santander Trade, 2021

La tabla anterior detalló los datos obtenidos sobre la población de Nuevo México indicando que esta tendrá un crecimiento significativo a través de los años analizados pues así lo demostraron las proyecciones, la tasa de crecimiento fue de 3,8% para el periodo estudiado, todo esto resultó positivo para destinar la oferta exportable de cebolla a este segmento del mercado estadounidense previendo aumento en el consumo de este bien, aprovechando también las tendencias de consumo y el perfil del consumidor específicamente para frutas y verduras descrito con anterioridad.

4.6.5. Análisis de la oferta exportable del aguacate y la cebolla.

En esta parte de la investigación se analizó la oferta exportable de los dos productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico considerando la información existente de la provincia del Carchi, para ello fue necesario empezar analizando los niveles de producción a nivel nacional y posteriormente estudiar específicamente este mismo indicador a nivel de la provincia del Carchi, una vez obtenido los datos anteriores se tomó en cuenta la información sobre las exportaciones tanto de aguacate y la cebolla desde la provincia del Carchi. Al contar con toda la información antes mencionada se logró estudiar la competitividad internacional de los 2 productos agrícolas en cada uno de los mercados ya seleccionados y verificar si estos bienes a través de tiempo mantendrán patrones de competitividad y participación para el futuro.

4.6.5.1. Producción nacional.

4.6.5.1.1. Producción nacional de aguacate.

El aguacate es considerado como un superalimento y posee alta demanda en mercados como el norteamericano y europeo, en Latinoamérica los líderes en producción de esta fruta son México, República Dominicana y Perú que ocupa el 40,4% de la producción total, pese a ello el cultivo de aguacate es una gran oportunidad para que el Ecuador aproveche la ventaja comparativa con relación a la ubicación geográfica, recursos naturales y la existencia de microclimas que permiten llevar al mercado una fruta de calidad excepcional, además, su producción está presente durante todo el año con temporadas altas de cosecha en los meses de febrero a marzo y de agosto a septiembre pero con esto no se quiere decir que durante los otros meses también no se cuente con la oferta de este bien para surtir a los diversos mercados; mientras otras naciones producen de solamente durante 4 a 5 meses en el año. Las zonas propicias para el cultivo de aguacate están en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay y Loja aunque en los últimos años se ha extendido a otras provincias que han optado por apostar a la producción de este bien aquí se encuentra las provincias de Los Ríos, Esmeraldas, Chimborazo y Santo Domingo de los Tsáchilas, el ambiente óptimo para el desarrollo de la planta es a una altura de 1800-2500 msnm, con temperaturas que oscilen los 16°C a 20°C, en suelos franco a franco arenoso con textura liviana y buen drenaje.

En el país se cultivan 5 variedades encontrando al guatemalteca, Hass, Booth 8, Tonnage y Choquete, estas están destinadas para la exportación pues poseen alta demanda con un crecimiento del 10% anual en este indicador, siendo Hass la variedad preferida por los consumidores pues se evidenció un ingreso al país de 151 millones USD por ventas en el año 2021, así también, se prevé que la demanda de aguacate siga en aumento pues dados los beneficios para el cuidado de la salud sobre todo en la actual crisis sanitaria mundial por el Covid- 19 las personas seguirán optando por hábitos de consumo saludables (INIAP, 2021). A continuación se presentaron los datos en relación con la producción de aguacate en el país de los últimos 5 años con sus respectivas proyecciones.

Tabla 88: Producción nacional de aguacate en histórico y proyecciones

Año	Producción en toneladas	Tasa de crecimiento
2017	20.544	
2018	20.231	
2019	21.341	
2020	22.353	
2021	22.651	2%
2022*	23.324,6	
2023*	23.958,2	
2024*	24.591,8	
2025*	25.225,4	
2026*	25.859	

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de ESPAC, 2021

La producción de aguacate en el Ecuador de acuerdo con la tabla anterior mantuvo un crecimiento significativo dentro del periodo 2017 a 2021, estos volúmenes están condicionados a cubrir la demanda del mercado nacional así como internacional, la tasa de crecimiento fue de 2% y esto se evidenció al realizar las proyecciones para años posteriores donde es notable el crecimiento de la producción de este bien. Este producto ha ganado alto protagonismo a nivel internacional y con la tendencia de crecimiento de los volúmenes de producción la tasa de participación en los diversos mercados aumentará pues se logrará cubrir mayor demanda de este bien.

4.6.5.1.2. Producción nacional de cebolla.

La cebolla es uno de los productos que mayor consumo a nivel mundial dado sus usos en la parte gastronómica sino como medicinal e incluso en varios países forma parte de la cultura el consumir esta hortaliza, además, se consideró como uno de los alimentos precisos para reforzar el sistema inmunológico y disminuir así el riesgo de contagio del virus Covid-19. México, Brasil y Argentina son los países líderes en producción de este bien en Latinoamérica ocupando el 9% del total a nivel mundial. En el país se cultiva cebolla roja (paiteña) y blanca (perla) tanto en provincias de la Costa como Santa Elena y Manabí, así como de la Sierra están Tungurahua, Chimborazo, Carchi, Azuay y Loja que cuentan con las condiciones óptimas para el desarrollo de esta hortaliza, en un clima de preferencia templado, con temperatura de 18 a 25°C, la mejor producción empieza a partir de los 900 msnm y

ascendente, las características de los suelos deberán ser francos, sueltos, sanos, profundos y ricos en materia orgánica, es un cultivo muy sensible al exceso de humedad por lo que se deberá cuidar mucho este factor en especial cuando existe el uso de riego para el cultivo, el tiempo de producción es en ciclo de 5 meses aproximadamente entre la siembra de las plántulas y la cosecha de los bulbos.

En relación con este producto, el país no cuenta con una oferta exportable sólida y alta competitividad en el mercado internacional pues la mayor parte de la producción está destinada al consumo interno, por otra parte los destinos de exportación están limitados en Estados Unidos, Canadá y Colombia, además, el sector de la cebolla en el país está bajo la amenaza de contrabando de este mismo bien proveniente del Perú y que pese a los controles en frontera por el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador – SENAEC no ha logrado disminuir el ingreso por los pasos no autorizados, todo esto representa una amenaza a la industria nacional de este bien que en los últimos años, pese a ello los productores de este bien continúan manteniendo estables los volúmenes de producción (BCE, 2021).

Tabla 89: Producción nacional de cebolla en histórico y proyecciones

Año	Producción en toneladas	Tasa de crecimiento
2017	42.685	
2018	48.974	
2019	64.088	
2020	51.212	
2021	53.187	
2022*	53.400	6%
2023*	62.300	
2024*	68.200	
2025*	71.300	
2026*	74.500	

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de SIPA, 2021

La producción nacional de cebolla presentó cierta variabilidad dentro del periodo 2017 a 2021 con un volumen muy representativo en el 2019 de 64.088 Tn, luego se mostró una ligera disminución dados las condiciones actuales por la pandemia Covid-19 y también a que en los

últimos años el número de hectáreas de este cultivo han disminuido. Pese a lo anterior, se observó que los niveles de producción tendrán una tendencia de crecimiento para años posteriores, así lo mostro la tasa de crecimiento de 6% y en parte se debe cubrir la demanda nacional de este bien y a la vez optar por aumentar los niveles de exportación a mercados estratégicos y buscar nuevas oportunidades de comercialización.

4.6.5.2. Producción dentro de la provincia del Carchi.

La provincia del Carchi cuya ubicación se encuentra en el norte del país limitando la frontera con el departamento de Nariño – Colombia, por esta razón es punto estratégico de intercambio comercial entre estas dos naciones mediante el puente internacional de Rumichaca, la economía en esta provincia se basa en el comercio y es la tercera a nivel nacional que genera rentas por concepto de importaciones y exportaciones solo detrás de Guayas y Pichicha; la industria lechera, la agricultura y el servicio de transporte pesado son los ejes principales de la economía carchense. Gracias a la diversidad de climas y microclimas posee una producción agrícola muy variada que va desde papa, maíz, frejol, zanahoria, avena, cebada, trigo en las zonas altas hasta café, caña de azúcar, cebolla, tomate, aguacate y frutas tropicales de todo tipo en las zonas más bajas y cálidas, este último ha tomado mayor protagonismo actualmente debido a que la producción es mayor y se generan mejores oportunidades para la comercialización de los bienes tanto a nivel local, nacional e internacional (Consejo Provincial del Carchi, 2017).

4.6.5.2.1. Producción de aguacate en el Carchi.

En cuanto a la producción de este bien dentro de la provincia del Carchi está delimitado dentro del cantón Bolívar y Mira que poseen las condiciones físicas óptimas para obtener un producto de calidad que se ha destinado a cubrir la demanda nacional y en los últimos años ha llegado también a mercados internacionales destacando por su sabor y textura únicos. Los niveles de producción han aumentado los dos últimos años pues la demanda se ha incrementado a la par por lo que más productores están optando por cultivar aguacate en esta provincia, incluso dadas las actuales condiciones por la emergencia sanitaria mundial no fue impedimento para que el producto continúe manteniendo estándares favorables de producción.

Tabla 90: Producción de aguacate en la provincia del Carchi

Años	Superficie cosechada (ha)	Producción Tn	Rendimiento Tn/ha	Tasa de crecimiento Producción
2017	981	3.257	3,32	
2018	1.411	4.703	3,33	
2019	1.978	5.922	2,99	104%
2020	1.545	4.762	3,08	
2021	1.580	4.910	3,11	
2022*	1.602	5.124	3,20	
2023*	1.869	5.978	3,20	
2024*	2.136	6.832	3,20	
2025*	2.403	7.686	3,20	
2026*	2.670	8.540	3,20	

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de SIPA, MAG, 2021

Los datos obtenidos en la tabla anterior indicaron que la provincia del Carchi cuenta con alto potencial en la producción de aguacate pues así lo evidenciaron los volúmenes de producción en el periodo 2017 a 2021 con cerca de 5.000 Tn en el último año, un rendimiento aproximado de 3.3 Tn/ha cosechada y sobre todo una tasa de crecimiento mayor al 100% en dicho periodo. A la vez las proyecciones para los años siguientes mantuvieron una tendencia de crecimiento por lo que se asegura una oferta exportable sólida para continuar cubriendo la demanda existente y a la vez aumentar la participación del aguacate carchense en mercados internacionales. Las variedades cultivadas en esta provincia fueron aguacate Hass y fuerte pero a nivel internacional prefieren del tipo Hass por lo que se debe dar mayor énfasis al cultivo de este mejorando la competitividad.

4.6.5.2.2. Producción de cebolla en el Carchi.

La producción de cebolla en esta provincia es de la variedad roja (paiteña) y blanca (perla) que actualmente son adecuadas para la exportación, los lugares apropiados y que presenta las condiciones propicias para el cultivo de esta hortaliza son los cantones Mira y Bolívar; dados los beneficios de este producto para el cuidado del sistema inmunológico que es fundamental por la amenaza del Covid-19, la demanda aumento considerablemente desde el inicio de esta crisis y los productores optaron por aumentar la superficie de cultivo para cubrir este desfase y a la vez contar con mayor oferta exportable hacia mercados internacionales. Un grave

inconveniente fue el no contar con una semilla nacional certificada pues estas se importan desde Estados Unidos, Europa y Japón, a fin de obtener un producto de calidad y que cumpla con los requerimientos del consumidor en especial del mercado exterior.

Tabla 91: Producción de cebolla en la provincia del Carchi

Años	Superficie cosechada (ha)	Producción Tn	Rendimiento Tn/ha	Tasa de crecimiento Producción
2017	723	10.965	15,17	60%
2018	840	12.674	15,09	
2019	880	13.214	15,02	
2020	950	13.952	14,69	
2021	1.005	14.540	14,47	
2022	1.072	15.598	14,55	
2023	1.139	16.441	14,43	
2024	1.207	17.283	14,32	
2025	1.274	18.126	14,23	
2026	1.341	18.969	14,14	

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

Fuente: Tomado de SIPA, MAG, 2021

La tabla anterior mostró los niveles de producción de cebolla en la provincia del Carchi, los datos históricos desde el año 2017 a 2021 mantuvieron un crecimiento constante con 14.540 Tn para este último año, la tasa de crecimiento fue de 60% en este periodo y a la vez las proyecciones evidenciaron para los próximos años una la tendencia de crecimiento en este producto, cabe aclarar también que los volúmenes de producción obtenidos están destinados a cubrir la demanda nacional principalmente a través de los mercados mayoristas del cantón Bolívar, Ibarra e incluso Quito, además, varios productores optan por exportar la cebolla a mercados como el colombiano dado su proximidad. Este bien, es de uso cotidiano en los hogares y por esta misma razón la demanda también es alta lo que representa una oportunidad para contar con una oferta exportable sólida que pueda destinarse especialmente al mercado internacional.

4.6.5.3. Exportaciones de los dos productos agrícolas.

El Ecuador es un país que posee buen desempeño y alta competitividad en el sector agrícola, compone su oferta exportable de bienes primarios y agroindustria, aunque desde décadas atrás

la economía se sostiene gracias al petróleo en los últimos años se ha trata de cambiar la matriz productiva y diversificar los productos destinados al mercado internacional. Pese a que la crisis sanitaria mundial por el Covid-19 representó una desventaja para el sector exportador, los entes gubernamentales adoptaron políticas de impulso a las exportaciones y coordinación en materia sanitaria, de calidad y acceso a canales de distribución que aseguren entregar al consumidor productos seguros y en óptimas condiciones.

Los productos agrícolas tradicionales componen el mayor volumen de las exportaciones pues se consideran como sectores estratégicos para mantener la economía del país, aquí está el banano, cacao, camarón, atún y café que han logrado abrirse paso en mercados de todo el mundo, alcanzando reconocimiento y aceptación por la calidad de estos bienes. Con este antecedente es importante que el país diversifique la cartera de productos destinados a la exportación a través de la oferta exportable no tradicional optando por bienes que han alcanzado gran acogida internacionalmente aquí están las flores, las frutas tropicales y exóticas, madera, enlatados de pescado, sombreros de paja toquilla y tabaco en rama están entre los principales y de esta forma se dinamice la economía nacional incentivando a los productores a optar por cultivar bienes que pueden llegar a un mercado internacional, además, la parte fundamental de este accionar es cuidar minuciosamente el proceso productivo y que el producto final a exportar cumpla con los estándares de calidad y demás requerimientos propios del mercado exterior. En relación con los 2 bienes seleccionados en el estudio se analizó los datos sobre las exportaciones en los últimos años y así contar con una visión más precisa de que si existe o no participación en los mercados internacionales, precisando en las exportaciones desde la provincia del Carchi.

4.6.5.3.1. Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de aguacate.

Tabla 92: Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de aguacate

Exportaciones en toneladas									
N°	Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
1	Azuay	-	-	950	300	250,23	1.500,23	29%	-23%
2	Carchi	185,77	7,4	5,72	708,95	425,13	1.332,97	26%	18%
3	Pichincha	48,58	103,13	453,82	166,08	375,36	1.146,97	23%	51%
4	Los Ríos	-	70	160	310	290,54	830,54	16%	33%
5	Guayas	79,46	82,22	-	1,14	1,02	163,83	3%	-57%
6	Imbabura	0,42	7,71	-	77,95	34,21	120,29	2%	35%

7	Tungurahua	-	-	0,69	0,34	0,28	1,31	0%	-
8	Santo Domingo	-	-	-	0,14	-	0,14	0%	-
9	Esmeraldas	-	-	-	0,12	-	0,12	0%	-
10	Chimborazo	0,02	-	-	-	-	0,02	0%	-
Total		313,81	270,45	1.570,24	1.564,71	1.376,77	5.096,43	100%	34%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

En color verde las exportaciones de la provincia del Carchi

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

La tabla anterior mostró los volúmenes de exportación de aguacate del Ecuador en el periodo 2017 a 2021, evidenciando la participación de 10 provincias con al menos una exportación en cada año analizado, precisando en la provincia del Carchi esta exportó 1.332 Tn de aguacate dentro del periodo antes mencionado, fue la segunda provincia con mayor exportación de este bien solo detrás del Azuay pues ocupó el 26% de participación del volumen total exportado, la tasa de crecimiento fue de 18% lo que indicó una tendencia de crecimiento de este producto y de mantenerse este comportamiento es una oportunidad para aumentar la participación del aguacate carchense en mercados internacionales.

4.6.5.3.2. Proyección de las exportaciones de aguacate carchense en toneladas.

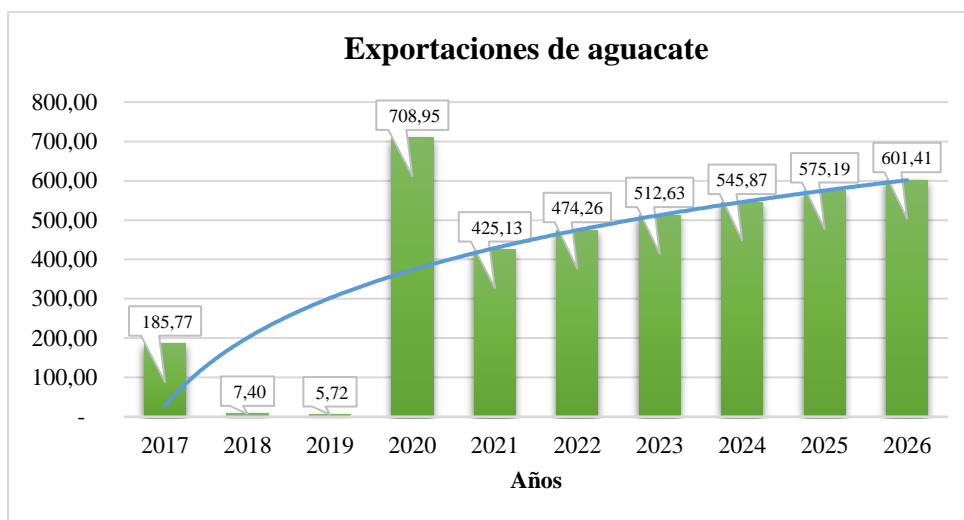


Gráfico 21: Proyección de las exportaciones de aguacate desde la provincia del Carchi

Fuente: Autora en base a CobusGroup, 2020

El gráfico anterior mostró los volúmenes de exportación que se obtuvieron al proyectar los datos históricos sobre las exportaciones de aguacate desde el Carchi, tomando en cuenta que desde el año 2017 a 2021 el comportamiento fue fluctuante con un pico de 708,95 Tn en 2020 luego hubo decrecimiento a 425,13 Tn en 2021 y se prevé para los años siguientes un

crecimiento significativo que garantiza el contar con la oferta exportable adecuada de este bien y lograr mayor cuota de participación a la vez que la diversificación de mercados destino.

4.6.5.3.3. Empresas del sector exportador de aguacate de la provincia del Carchi.

En relación con el aguacate existen empresas que se dedican a la producción o a la exportación o a la vez realizan las dos actividades a la vez, para ello se elaboró un listado de los/las exportadores/as desde la provincia del Carchi y los niveles exportados a mercados internacionales en toneladas, con esto se logró demostrar que si existe registros de exportaciones directamente desde esta parte de país.

Tabla 93: Empresas exportadoras de aguacate de la provincia del Carchi

Empresas de la provincia del Carchi							
Exportadores	2017	2018	2019	2020	2021	Suma	Tasa de crecimiento
ENRIQUEZ JORGE ENRIQUE				20	460,7	480,7	2204%
ENRIQUEZ VELASCO LUIS GERMAN	209	169,9	5	10	12	405,9	-41%
ENRIQUEZ PAREDES MONICA JOHANA				40	237,1	277,1	493%
MIRAFRUIT S.A				19,35	78	97,35	303%
UYAMAFARMS S.A.		15,9	2,4	5,72	7,4	31,42	-17%
CASTRO JORGE HERNANDO	25,3					25,3	-
MONTALVO AYALA BRAYAN YORDAN				4	11,2	15,2	180%
Total	234,3	185,8	7,4	99,07	806,4	1332,97	

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

En la tabla anterior se detallaron los exportadores/productores de aguacate dentro de la provincia del Carchi que lo componen siete participantes entre personas naturales y jurídicas, las exportaciones aumentaron considerablemente y para los dos últimos años de periodo analizado se indica que las empresas en su mayoría exportaron en variados volúmenes donde los/las señores/as Jorge Enríquez, Luis Enríquez Velasco y Mónica Enríquez Paredes cuentan con los mayores datos de exportación de aguacate pues así lo evidenciaron las tasas de crecimiento positivas a excepción del segundo exportador que obtuvo un decrecimiento de -41%. Se destacó la participación de Mirafruits, empresa radicada en el cantón Mira que inició las exportaciones en 2020 y claramente muestra altos niveles de exportación pues la tasa de crecimiento estuvo sobre el 300% que es muy favorable para el sector del aguacate carchense.

4.6.5.3.4. Destinos de las exportaciones de aguacate de la provincia del Carchi.

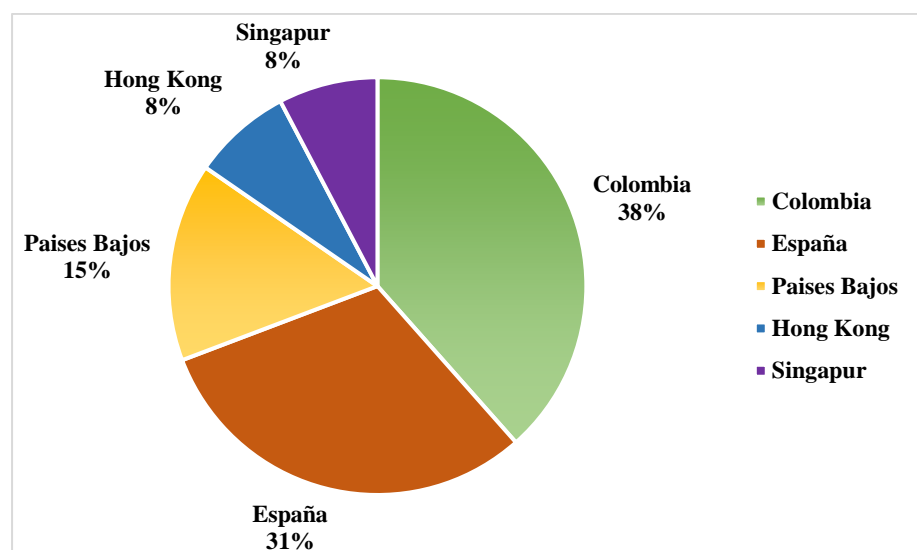


Gráfico 22: Destinos de exportación de la provincia del Carchi

Fuente: Autora en base a CobusGroup, 2020

Entre los destinos de las exportaciones de aguacate de la provincia del Carchi se encontró a Colombia que recibe el 38% del producto, seguido de España con el 31%, Países Bajos acoge un 15% finalmente Hong Kong y Singapur el 8% respectivamente. El mercado colombiano se considera atractivo dada la cercanía y las facilidades para el ingreso a menor costo, con referencia a España y Países Bajos son Mirafruits y Uyamafarms quienes apuestan por estos mercados pues poseen experiencia y cumplen con los requerimientos precisos para el ingreso efectivo del producto, aprovechando las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, así que se precisa la conveniencia de optar por estos mercados en lugar de Colombia pues es un competidor potencial en Europa con gran ventaja sobre el Ecuador.

4.6.5.3.5. Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de cebolla.

Tabla 94: Participación de la provincia del Carchi en las exportaciones nacionales de cebolla

Exportaciones en toneladas								
Provincias	2017	2018	2019	2020	2021*	Suma	Participación	Tasa de crecimiento
Carchi	379,05	1.084,84	-	81,70	60,85	1.606,43	73%	-26%
Pichincha	41,68	49,53	150,69	75,16	98,74	415,80	19%	19%
El Oro	141,22	-	0,50	-	-	141,72	6%	-49%
Guayas	45,36	-	-	-	-	45,36	2%	-
Tungurahua	-	-	-	5,51	-	5,51	0%	-
Total	607,31	1.134,37	151,19	162,36	159,59	2.214,81	100%	-23%

* Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

En color verde las exportaciones de la provincia del Carchi

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

De acuerdo con la tabla anterior las exportaciones de cebolla desde el Ecuador no mostraron datos muy significativos en cuanto a los volúmenes destinados a la exportación y considerando que los niveles de producción son muy altos como se evidenció con anterioridad fue claro que el producto está destinado a cubrir la demanda nacional principalmente o a la vez la calidad de la cebolla ecuatoriana no cumple con los requerimientos para potencializar la oferta exportable a nuevos mercados pues actualmente está condicionada al mercado de Estados Unidos, Canadá y Colombia en su mayoría. Las exportaciones se realizaron desde 5 provincias de acuerdo con CobusGroup (2020) donde el Carchi se encuentra liderando esta lista con 1.606 Tn exportadas en el periodo analizado, la participación del total exportado fue de 73% pero pese a ello la tasa de crecimiento mantuvo un valor negativo de -26% pues el volumen destinado a exportar disminuyó considerablemente en 2020 y 2021, de mantenerse este comportamiento representaría una desventaja pues la cebolla carchense estaría perdiendo participación a nivel internacional.

4.6.5.3.6. Proyección de las exportaciones de cebolla carchense en toneladas.

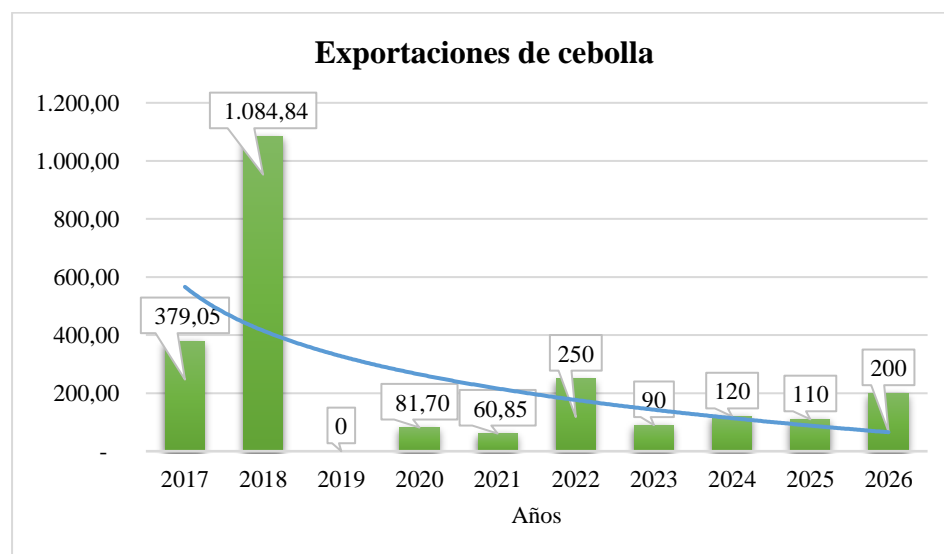


Gráfico 23: Proyección de las exportaciones de cebolla desde la provincia del Carchi

Fuente: Autora en base a CobusGroup, 2020

De acuerdo con el gráfico anterior los volúmenes de exportación de cebolla carchense mantuvieron un comportamiento muy fluctuante en el periodo 2017 a 2021, con un pico de 1084 Tn en 2018 y se observó un decrecimiento significativo para el último año analizado, en cuanto a las proyecciones para los años siguientes pues mantendrán ciertas fluctuaciones pero si será posible la exportación de este bien aunque en volúmenes bajos, lo que significaría reducir la participación en los mercados de destino por lo tanto sería fundamental destinar mayor volumen de producción para la exportación a fin de lograr mejor competitividad.

4.6.5.3.7. Empresas del sector exportador de cebolla de la provincia del Carchi.

En cuanto a la cebolla existen empresas y personas naturales dedicadas tanto a la producción como a la exportación por ello se detalló a los partícipes de este sector para contar con evidencia de datos sobre exportaciones realizadas desde la provincia del Carchi precisamente analizando la información en volumen (toneladas).

Tabla 95: Empresas exportadoras de cebolla de la provincia del Carchi

Empresas de la provincia del Carchi							
Exportadores	2017	2018	2019	2020	2021	Suma	Tasa de crecimiento
CASTRO JORGE HERNANDO	309,5	273,9	-	10	10	603,4	-48%
ALMEIDA IGLESIAS HENRY MARCELO	69,5	119,6	-	45	14,5	248,6	-32%
ROSERO ESPINOSA EDISSON FERNANDO		691,3	-	11	20	722,3	-51%
LOPEZ YAR IVAN ROMEO			-	15,7	16,3	32,05	4%
Total	379,0	1084,8	0	81,7	60,8	1606,4	
	5	4	0	81,7	5	4	

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

De acuerdo con la tabla anterior en la provincia existen tan solo cuatro exportadores de este bien dentro del periodo analizado con fluctuaciones en los volúmenes exportados, considerando que la producción de cebolla generalmente está destinada a cubrir la demanda interna. Jorge Castro fue el principal exportador seguido de Henry Almeida, Edisson Rosero e Iván López la mayoría de ellos mostraron decrecimiento en los niveles exportados pues al analizar la tasa de crecimiento esta resultó negativa para tres de los cuatro exportadores, lo anterior demuestra que pese a que la provincia cuenta con una alta capacidad de producción

aún son mínimos los esfuerzos por potencializar una oferta exportable de este bien a mercados internacionales.

4.6.5.3.8. Destinos de las exportaciones de cebolla de la provincia del Carchi.



Gráfico 24: Destinos de las exportaciones de cebolla del Carchi

Fuente: Autora en base a CobusGroup, 2020

A través de los datos obtenidos en CobusGroup se constató que las exportaciones de este bien están dirigidas a surtir un solo mercado que para el caso es Colombia, dado la cercanía, costos bajos de distribución y alta demanda e incluso se presentan casos de asociación con entre compradores colombianos y productores carchenses para asegurar que la producción de cebolla se dirija a este mercado específico, considerado también que en el país vecino el cultivo de esta hortaliza genera costos demasiado elevados y que muchas veces no logran cubrir los productores, es necesario entonces que los involucrados en este sector conozcan sobre los beneficios de diversificar los mercados de destino y para el caso opten por uno de los mayores importadores a nivel mundial que es Estados Unidos donde si existe participación de exportaciones ecuatorianas y se requiere de mayores volúmenes para contar con una oferta exportable sólida aumentando la participación y competitividad en este mercado.

4.6.6. Análisis de la competitividad internacional de los productos agrícolas.

4.6.6.1. Competidores del Ecuador en los mercados objetivos.

Para medir la competitividad tanto del aguacate en el mercado de Países Bajos y de la cebolla en Estados Unidos fue necesario analizar el ranking de países competidores específicamente en estos mercados y de esta forma conocer la participación de las exportaciones ecuatorianas, identificando en que posición se encuentra el país y si está siendo o no competitivo en relación a otros países que oferta los mismo productos y a la vez de identificar la cuota de participación en el mercado específico.

4.6.6.1.1. Ranking de países exportadores de aguacate hacia Países Bajos.

Tabla 96: Ranking de países competidores del Ecuador en Países Bajos

N°	Exportadores	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento	Cuota de Participación
1	Perú	47.935	60.323	91.142	73.522	111.215	21%	30,80%
2	Colombia	7.564	10.205	13.640	24.317	47.224	57%	13,70%
3	Chile	41.841	44.928	36.721	46.623	40.880	0%	12,80%
4	Sudáfrica	21.696	15.670	30.608	22.379	32.202	12%	8,06%
5	México	14.436	16.724	17.944	28.907	23.368	16%	6,50%
6	España	8.193	8.716	10.078	14.229	20.770	26%	7,00%
7	Kenya	9.874	12.394	17.993	16.629	23.030	22%	5,40%
8	Alemania	10.243	11.229	7.916	8.818	8.102	-7%	2,10%
9	Israel	7.686	11.015	11.338	11.729	7.844	1%	2,50%
10	Bélgica	3.023	2.886	3.438	8.114	6.976	3%	31,00%
30	Ecuador	5	12	20	23	26	36%	0,50%

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

En color verde los datos sobre el Ecuador

Fuente: Trademap, 2020

En relación con la tabla anterior, los proveedores de aguacate hacia Países Bajos están liderados por países suramericanos teniendo a Perú, Colombia y Chile como principales ocupando más del 50% de este mercado, pues cuentan con gran capacidad de producción y exportación que evidentemente es superior al Ecuador que ocupa la posición 30 con relación a los países que ofertan este bien al país antes especificado, sobre los competidores se tiene claro que son economías que han logrado abrirse mercado por su gran capacidad de negociación y estrategias de ingreso masivo a la mayor parte de mercados internacionales,

además, estos países lograron aprovechar al máximo las ventajas provenientes de los acuerdos comerciales existentes y mejorar su posicionamiento en este mercado que posee alta demanda en productos agrícolas que en su mayoría están destinados a la reexportación pues en eso se basa la economía de Países Bajos, en comprar para volver a vender y de esta forma es considerado uno de los principales proveedores de productos de origen agrícola a nivel mundial. Pese a que en el país los niveles de producción de aguacate aumentan considerablemente apenas se ha iniciado con los procesos de exportación en mayor volumen y la participación fue poco significativa debido a que anteriormente estaban destinados a cubrir la demanda en el Colombia y España, así también, entre las variedades preferidas en este mercado están del tipo Hass que hace pocos años está ganando protagonismo en los productores ecuatorianos en especial dentro de la provincia del Carchi y Pichincha que están destinando el producto para exportación.

El posicionamiento y competitividad del aguacate ecuatoriano aun es incipiente pues requiere de certificaciones internacionales muy costosas y de difícil acceso para los productores ya que deben limitar el uso de agroquímicos que perjudiquen la salud del consumidor y por el limitado conocimiento en técnicas de cultivo menos dañinas pero que generen un producto de calidad de exportación y los altos costos que esto representa, el productor opta por destinar el aguacate solamente al mercado interno y no toma el riesgo que significa insertarse en el mercado internacional, desaprovechando de cierta forma el potencial agrícola y la ventaja comparativa que posee el país en este sector.

4.6.6.1.2. Ranking de países exportadores de cebolla hacia Estados Unidos.

Tabla 97: Ranking de países competidores del Ecuador en Estados Unidos

Nº	Exportadores	2017	2018	2019	2020	2021*	Tasa de crecimiento	Cuota de participación
1	México	324.953	338.635	354.574	305.284	337.979	0%	70,60%
2	Perú	114.907	123.459	130.805	156.884	143.049	7%	17,40%
3	Canadá	61.679	64.669	66.650	61.193	62.933	0%	9,10%
4	Países Bajos	6.027	9.646	6.544	7.228	5.315	-5%	1,10%
5	España	3.892	3.435	1.396	2.693	4.393	0%	0,60%
6	China	3.729	3.602	3.659	3.323	3.088	0%	0,60%
7	Francia	2.160	2.482	2.540	2.467	2.172	-4%	0,30%
8	Chile	716	1.439	446	2.017	1.647	22%	0,20%

9	Nueva Zelandia	713	762	334	394	383	-17%	0,10%
10	India	80	54	3	466	115	33%	0,09%
13	Ecuador	20	19	18	15	26	5%	0,01%

*Los datos se proyectaron: $y = a+b(x)$

En color verde los datos sobre el Ecuador

Fuente: Trademap, 2020

Dentro de los competidores potenciales para el Ecuador en el mercado estadounidense con relación al producto analizado estuvo México, Canadá y Perú, la tabla anterior mostró que la cebolla mexicana posee gran acogida en este mercado pues ocupa el 70% de participación de las importaciones totales de este bien, aunque la tasa de crecimiento fue de 0% los volúmenes considerados demuestran la alta capacidad de México para cubrir la demanda existente de cebolla, otro aspecto fundamental es que junto a Canadá estos países mantienen el Tratado de Libre Comercio (T-MEC) orientado al crecimiento económico y de inversión de estas 3 naciones a partir del intercambio comercial recíproco.

Aquí nuevamente destacó la participación del Perú que como bien se analizó con anterioridad es un mercado con gran capacidad de producción y mantiene relaciones de intercambio comercial muy sólidas con grandes potencias, resaltando la calidad de sus productos y la capacidad que posee para surtir un mercado tan amplio como Estados Unidos, posee una ventaja bien marcada pues cuenta con un Acuerdo de Promoción Comercial (APC) que garantiza el comercio libre de aranceles y otros requerimientos dando como resultado alta competitividad y participación de las exportaciones peruanas, para el producto en cuestión mantuvo un tasa de crecimiento de 7% y ocupó el 17.4% del total de importaciones de cebolla. Los datos mencionados con anterioridad destacan la competitividad de los principales proveedores del producto en este mercado específico que marcan una gran brecha con el potencial de exportación ecuatoriano, pues este ocupó la posición 13 de países que exportan hacia Estados Unidos con una tasa de crecimiento de 5% y la participación del 0,01% del mercado que resulta mínima si se compara con los 3 principales exportadores.

A pesar que los niveles de producción de cebolla son considerables, van aumentando año tras año y bien se podrían destinar a cubrir la demanda internacional este sector no ha logrado que este producto alcance participación y competitividad en uno de los principales destinos de exportación de la oferta ecuatoriana, pues Colombia es el mayor importador de cebolla desde el país ya que aprovecha las condiciones de frontera con la provincia del Carchi que es una

de las principales en producción de esta hortaliza, el problema radica en que este mercado no exige estándares de calidad elevados como el estadounidense y para los productores resulta favorable dirigirse al mercado colombiano incluso por la minimización de costos de transporte y distribución. Lo anterior implica que la calidad de la cebolla sea baja y el acceso a un mercado más selectivo y exigente resulte un obstáculo, además, por la amenaza de este mismo producto que ingresa por vías no autorizadas desde el Perú, los productores bien optan por dejar de cultivar o a la vez disminuir el precio incluso por debajo del margen de utilidad para lograr vender y que no se pierda la producción; estos factores afectan directamente a la competitividad internacional de este producto en el Estados Unidos pues no se logra cumplir con los requerimientos para el ingreso adecuado o a la vez resulta más costoso llevar el bien a este mercado dadas las condiciones mencionadas con anterioridad, es clave entonces que los entes gubernamentales empleen soluciones en este sector que posee alto potencial para la exportación minimizando y controlando de cierta forma los factores que impiden mayor exportación de este sector agrícola, pues es claro que se está desaprovechando las ventajas competitivas y comparativas existentes y sobre todo la alta demanda del producto en el mercado indicado, pues las cualidades que tiene la cebolla para reforzar el sistema inmunológico deben aprovecharse para prevenir o minimizar el contagio por el virus Covid-19.

4.6.6.2. Índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR).

A través de este índice se midió la competitividad de los dos productos agrícolas destinados a fortalecer el sistema inmunológico dadas las nuevas condiciones de vida por la pandemia Covid-19, para el caso se seleccionaron el aguacate y la cebolla que son dos bienes agrícolas con alto potencial de producción dentro de la provincia del Carchi así como del Ecuador y que en los últimos años formaron parte de la oferta exportable de bienes no tradicionales que están en crecimiento en mercados internacionales. Para obtener el indicador se utilizó los datos ya seleccionados en relación con los bienes antes mencionados, considerando la demanda a nivel mundial y específicamente en los mercados de Estados Unidos y Países Bajos así como la oferta a nivel mundial y específicamente del Ecuador, dadas las condiciones de aplicación de este método de medición de la competitividad internacional no se consideró los datos específicamente de la provincia del Carchi, pues la información debió tomarse a nivel de país. adicional a ello, se realizó una comparación del ICVR obtenido de Ecuador con los 2

principales competidores tanto en el mercado seleccionado para la cebolla y para el aguacate específicamente.

Para conocer el IVCR, Bela Balassa (1963) propuso un modelo matemático capaz de medir las ventajas comparativas de una nación al realizar el intercambio comercial y considerando los flujos de comercio entre países específicos y el mundo, con esto se refleja la especialización relativa del país en determinado producto pues si el resultado del IVCR es mayor (>) que 0 el país exportador cuenta con buena participación lo que significa contar con competitividad en este producto con el país socio y mientras mayor sea el valor indicará más competitividad, por lo contrario si el IVCR es menor (<) que 0 existirá desventaja comparativa con el producto en el país determinado, por ende la participación y competitividad serán también una desventaja para el país y en este caso debería optar por destinar sus recursos a la producción y exportación de otros bienes donde no exista desventaja en la competitividad o al menos esta sea mínima, pues es claro que el comercio efectivo debe aprovechar los recursos que más posee, especializarse en bienes donde tienen mayor eficiencia a través de la reducción de costos al mínimo pero sobre todo contar con un bien de calidad, diferenciable y que lleve especial cuidado en todo el proceso de distribución, así es posible lograr como resultado alta competitiva en el mercado internacional.

La fórmula utilizada fue:
$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{X_{ij}^k}{XT_{ij}}\right)}{\left(\frac{X_{iw}^k}{XT_{iw}}\right)}$$

Donde:

X_{ij}^k = exportaciones de producto seleccionado desde Ecuador al país seleccionado.

XT_{ij} = exportaciones totales de Ecuador al país seleccionado.

X_{iw}^k = exportaciones totales del producto seleccionado desde Ecuador al mundo.

XT_{iw} = exportaciones totales desde el Ecuador al mundo.

i = país de origen (Ecuador)

j = país de destino o país seleccionado

k = producto seleccionado

w = mundo

4.6.6.2.1. Índice de ventaja comparativa revelada en Países Bajos.

Aplicación del IVCR para el producto uno.

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{X_{ij}^k}{XT_{ij}}\right)}{\left(\frac{X_{iw}^k}{XT_{iw}}\right)}$$

Donde:

X_{ij}^k = exportaciones de aguacate desde Ecuador a Países Bajos.

XT_{ij} = exportaciones totales de Ecuador a Países Bajos.

X_{iw}^k = exportaciones totales de aguacate desde Ecuador al mundo.

XT_{iw} = exportaciones totales desde el Ecuador al mundo.

i = Ecuador

j = Países Bajos

k = aguacate

w = mundo

Datos:

Tabla 98: Exportaciones del Ecuador en USD producto uno

Exportaciones del Ecuador en USD producto uno				
Años	Exportaciones de aguacate a Países Bajos	Exportaciones totales a Países Bajos	Exportaciones de aguacate al mundo	Exportaciones al mundo
2017	10.000,00	222.631,00	239.610,80	16.797.667,00
2018	120.000,00	460.845,00	1.693.994,29	19.092.352,00
2019	17.000,00	449.588,00	20.320.036,59	21.627.978,00
2020	37.000,00	571.502,00	3.919.732,22	22.329.379,00
2021	42.000,00	565.615,00	4.331.841,23	20.226.568,00

Fuente: Tomado de Trademap y CobusGroup, 2021

Aplicación de la fórmula

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{10.000}{222.631}\right)}{\left(\frac{239.610,80}{16.797.667}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,04)}{(0,01)} \quad IVCR_{ij}^k = 3,15$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{120.000}{460.845}\right)}{\left(\frac{1.693.994,29}{19.092.352}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,26)}{(0,09)} \quad IVCR_{ij}^k = 2,93$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{17.000}{449.588}\right)}{\left(\frac{2.320.036,59}{21.627.978}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,04)}{(0,94)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,40$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{37.000}{571.732}\right)}{\left(\frac{3.919.732,22}{22.329.379}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,06)}{(0,18)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,37$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{42.000}{565.615}\right)}{\left(\frac{4.331.841,23}{20.226.568}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,07)}{(0,21)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,35$$

Para conocer si existe competitividad en este mercado se aplicó la fórmula antes descrita, considerando los datos referentes a las exportaciones de aguacate conforme los requerimientos para completar el modelo matemático, además de seleccionar a los dos principales competidores del Ecuador para este producto en el mercado objetivo, que como bien se mencionó en datos anteriores fueron Perú y Colombia, el siguiente gráfico contiene la información obtenida.

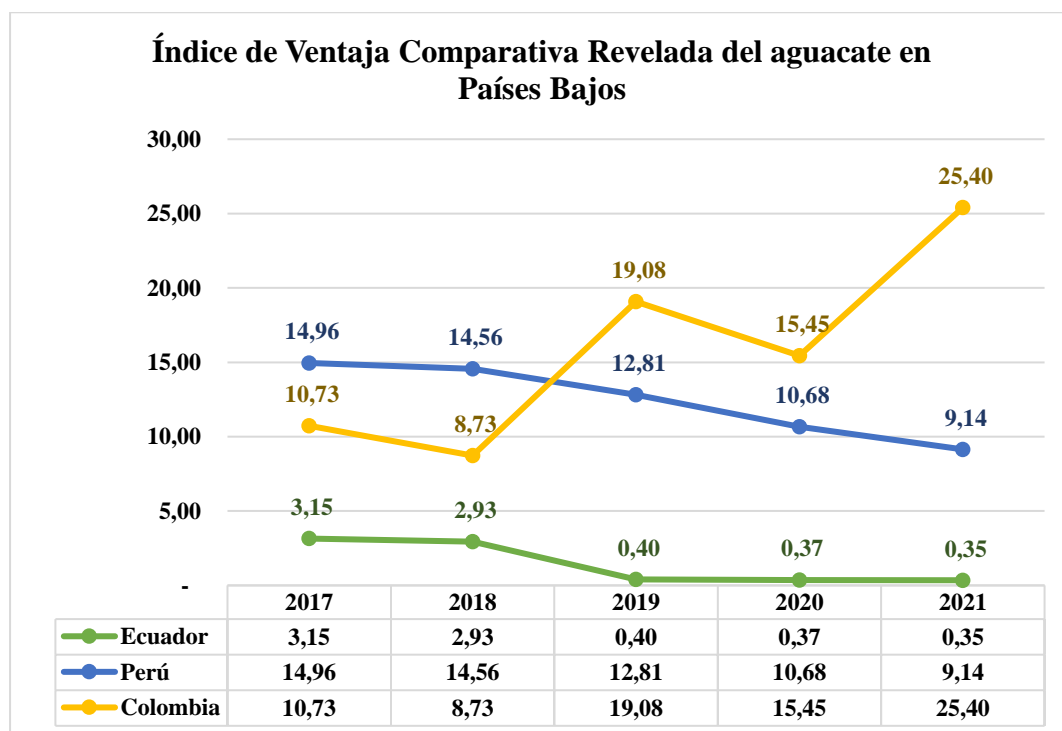


Gráfico 25: IVCR del aguacate en Países Bajos
Fuente: Autora

La competitividad del aguacate ecuatoriano en Países Bajos obtuvo una tendencia de decrecimiento en el periodo 2017 a 2021, el IVCR indica ventaja pues los valores están superiores a cero pero no son representativos y es evidente que el país está perdiendo participación en este mercado, a pesar de contar con un acuerdo comercial de por medio la inserción del producto no ha sido suficiente para mantener estabilidad y no se está aprovechando las preferencias arancelarias otorgadas a bienes agrícolas del 0%, además, aunque el Ecuador cuenta con una oferta exportable en crecimiento es claro que esta direccionada a otros mercados. Es necesario considerar que los dos competidores potenciales para el Ecuador son precisamente miembros del mismo acuerdo comercial, cuentan con factores de producción similares que están aprovechando de manera eficiente, minimizando costos y recursos, aplicando tecnología al proceso productivo y de distribución con una cadena de valor mejorada que garantice brindar al consumidor con un bien de alta calidad y en óptimas condiciones, todos estos aspectos son sinónimo de aumento en la competitividad y como se puede apreciar el IVCR es muy superior al de Ecuador sobre todo en Colombia donde que obtuvo crecimiento significativo dentro del periodo analizado.

4.6.6.2.2. Índice de ventaja comparativa revelada en Estados Unidos.

Aplicación del IVCR para el producto dos.

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{X_{ij}^k}{XT_{ij}} \right)}{\left(\frac{X_{iw}^k}{XT_{iw}} \right)}$$

Donde:

X_{ij}^k = exportaciones de cebolla desde Ecuador a Estados Unidos.

XT_{ij} = exportaciones totales de Ecuador a Estados Unidos.

X_{iw}^k = exportaciones totales de cebolla desde Ecuador al mundo.

XT_{iw} = exportaciones totales desde el Ecuador al mundo.

i = Ecuador

j = Estados Unidos

k = cebolla

w= mundo

Datos:

Tabla 99: Exportaciones del Ecuador en USD producto dos

Exportaciones del Ecuador en USD producto dos				
Años	Exportaciones de cebolla a Estados Unidos	Exportaciones totales a Estados Unidos	Exportaciones de cebolla al mundo	Exportaciones al mundo
2017	59000,00	5.436.083	155.739,24	16.797.667,00
2018	20000,00	5.968.418	297.949,35	19.092.352,00
2019	33500,00	6.631.276	641.773,36	21.627.978,00
2020	22000,00	6.732.893	318.068,64	22.329.379,00
2021	19000,00	4.786.401	443.914,26	20.226.568,00

Fuente: Tomado de Trademap y CobusGroup, 2021

Aplicación de la formula

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{59.000}{5.436.083}\right)}{\left(\frac{155.739,24}{16.797.667}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,02)}{(0,01)} \quad IVCR_{ij}^k = 1,17$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{20.000}{5.968.418}\right)}{\left(\frac{297.949,35}{19.092.352}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,003)}{(0,02)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,21$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{33.500}{6.631.276}\right)}{\left(\frac{641.773,36}{21.627.978}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,01)}{(0,03)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,17$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{22.000}{6.732.893}\right)}{\left(\frac{318.068,64}{22.329.379}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,003)}{(0,01)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,23$$

$$IVCR_{ij}^k = \frac{\left(\frac{19.000}{4.786.401}\right)}{\left(\frac{443.914,26}{20.226.568}\right)} \quad IVCR_{ij}^k = \frac{(0,004)}{(0,02)} \quad IVCR_{ij}^k = 0,40$$

Así también, conocer la competitividad de la cebolla en este mercado fue fundamental y usando la misma metodología que con el producto anterior se analizó el IVCR en relación con las exportaciones desde el Ecuador hacia este destino y una vez aplicada la formula

correspondiente los datos obtenidos junto con los dos principales competidores se detallaron a continuación.

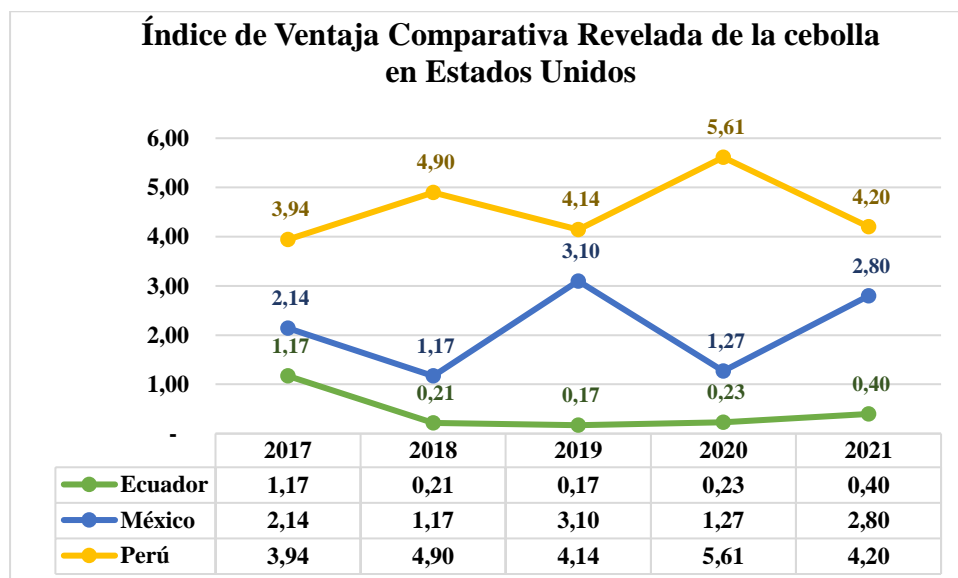


Gráfico 26: IVCR de la cebolla en Estados Unidos

Fuente: Autora

El ICVR de Ecuador de acuerdo con el gráfico anterior mostro ciertas fluctuaciones dentro del periodo 2017 a 2021, los valores fueron superiores a 0, es decir, que si existe competitividad con el producto estudiado pero esta es muy baja en comparación con los principales competidores que son México y Perú que aunque mantuvieron una tendencia fluctuante los índices indicaron mayor competitividad. Estos dos países son socios estratégicos de Estados Unidos y cuenta con acuerdos comerciales que garantiza la entrada de la oferta exportable con preferencias arancelarias y demás ventajas para fomentar una comercialización dinámica entre estas naciones, a diferencia del país que aunque mantiene el SGP para las negociaciones no ha logrado aumentar la participación y competitividad en este mercado. Si bien la cebolla ecuatoriana posee alta productividad y rendimiento, debido a factores como calidad, precio, durabilidad, cumplimiento de condiciones para la venta internacional, proceso productivo, entre otros, limitan su capacidad para llegar al mercado internacional en grandes volúmenes, además de la amenaza latente del contrabando de este mismo bien desde el Perú que afecta al precio nacional y lleva a los productores en varias ocasiones a la deserción en el cultivo de este producto, todo estos aspectos se suman para disminuir la competitividad y participación en el mercado estadounidense que es el principal destino de la oferta exportable ecuatoriana, es necesario entonces considerar los aspecto antes

mencionados y formular soluciones viables para el desarrollo de este sector agrícola que se podría explotar satisfactoriamente.

4.6.6.3. Índice de Grubel-Lloyd (IGL).

Considerando que la competitividad del Ecuador es muy baja en relación con sus competidores tanto con el aguacate y la cebolla, se analizó este índice que mide el grado de similitud de dotación de factores en el intercambio bilateral para el caso con Países Bajos y Estados Unidos e identificar si el comercio es de tipo intraindustrial (intercambio de bienes del mismo sector) o a su vez interindustrial (intercambio de bienes de diferentes sectores). El resultado está dando en un rango de 0 a 1, donde, mientras más cercano a 1 sea el índice es comercio intraindustrial o a la vez mientras más cercano a 0 sea el resultado obtenido se tratará de comercio interindustrial y de esta forma se identificó que tipo de acciones debe tomar el sector en estudio para mejorar los niveles de competitividad aplicando las teorías clásicas del comercio internacional como la ventaja comparativa de David Ricardo (interindustrial) o la ventaja competitiva de Michael Porter (intraindustrial).

La fórmula aplicada fue:
$$IGL = 1 - \frac{|X_{ij}^k - M_{ij}^k|}{X_{ij}^k + M_{ij}^k}$$

Donde:

X_{ij}^k y M_{ij}^k son las exportaciones e importaciones del producto seleccionado, de Ecuador respecto al país de destino.

i = país de origen (Ecuador)

j = país de destino o país seleccionado

k = producto seleccionado

4.6.6.3.1. Aplicación del Índice de Grubel-Lloyd en Países Bajos y Estados Unidos.

Aplicación del IGL para Países Bajos

$$IGL = 1 - \frac{|X_{ij}^k - M_{ij}^k|}{X_{ij}^k + M_{ij}^k}$$

Donde:

X_{ij}^k y M_{ij}^k son las exportaciones e importaciones de aguacate de Ecuador respecto a Países Bajos.

i = Ecuador

j = Países Bajos

k = aguacate

Datos:

Tabla 100: Exportaciones e importaciones de aguacate Ecuador - Países Bajos

Exportaciones e importaciones de aguacate respecto a Países Bajos		
Años	X_{ij}^k	M_{ij}^k
2017	10.000,00	0
2018	120.000,00	0
2019	17.000,00	0
2020	37.000,00	0
2021	42.000,00	0

Fuente: CobusGroup, 2021

Aplicación de la fórmula

$$IGL = 1 - \frac{|10.000-0|}{10.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|10.000|}{10.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|120.000-0|}{120.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|120.000|}{120.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|17.000-0|}{17.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|17.000|}{17.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|37.000-0|}{37.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|37.000|}{37.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|42.000-0|}{42.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|42.000|}{42.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

Los datos obtenidos con la aplicación de la fórmula anterior para Países Bajos fueron:

Tabla 101: Índice de Grubel-Lloyd - Países Bajos

Años	IGF aguacate	Tipo de comercio
2017	0	Interindustrial
2018	0	
2019	0	

2020	0
2021	0

Fuente: Autora

Aplicación del IGL para Estados Unidos

$$IGL = 1 - \frac{|X_{ij}^k - M_{ij}^k|}{X_{ij}^k + M_{ij}^k}$$

Donde:

X_{ij}^k y M_{ij}^k son las exportaciones e importaciones de cebolla de Ecuador respecto a Estados Unidos.

i = Ecuador

j = Estados Unidos

k = cebolla

Datos:

Tabla 102: Exportaciones e importaciones de cebolla Ecuador - Estados Unidos

Exportaciones e importaciones de cebolla respecto a Estados Unidos		
Años	X_{ij}^k	M_{ij}^k
2017	59000,00	0
2018	20000,00	0
2019	33500,00	0
2020	22000,00	400
2021	19000,00	700

Fuente: CobusGroup, 2021

Aplicación de la fórmula

$$IGL = 1 - \frac{|59.000-0|}{59.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|59.000|}{59.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|20.000-0|}{20.000+0} \quad IGL = 1 - \frac{|20.000|}{20.000} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|33.500-0|}{33.500+0} \quad IGL = 1 - \frac{|33.500|}{33.500} \quad IGL = 1 - 1 \quad \mathbf{IGL = 0}$$

$$IGL = 1 - \frac{|22.000-400|}{22.000+400} \quad IGL = 1 - \frac{|21.600|}{22.400} \quad IGL = 1 - 0.96 \quad \mathbf{IGL = 0,04}$$

$$IGL = 1 - \frac{|19.000-700|}{19.000+700} \quad IGL = 1 - \frac{|18.300|}{19.700} \quad IGL = 1 - 0.93 \quad \mathbf{IGL = 0,07}$$

Los datos obtenidos con la aplicación de la fórmula anterior para Estados Unidos fueron:

Tabla 103: Índice de Grubel-Lloyd - Estados Unidos

Años	IGF cebolla	Tipo de comercio
2017	0	
2018	0	
2019	0	Interindustrial
2020	0,04	
2021	0,07	

Fuente: Autora

El índice de Grubel-Lloyd obtenido en relación con el aguacate en Países Bajos y la cebolla en Estados Unidos fue de 0 en el periodo analizado, esto indicó la existencia de un comercio interindustrial con el Ecuador, es decir, el intercambio comercial es de productos o sectores diversos, por ello fue necesario considerar la ventaja comparativa de David Ricardo para potencializar la competitividad a través de la especialización y el uso adecuado de los recursos siempre orientados a la búsqueda de eficiencia al ofertar estos bienes en los mercados antes mencionados pues debido a la emergencia sanitaria mundial por el Covid-19, las tendencias de consumo se han orientado al cuidado y fortalecimiento del sistema inmunológico y tanto el aguacate como la cebolla cuentan con propiedades para este fin, así lo evidencia el aumento en la demanda a nivel internacional.

4.6.6.4. Indicador de competitividad de Fajnzylber.

A través de este indicador se puede medir la competitividad de las exportaciones de determinado producto en el mercado internacional analizando el posicionamiento y la eficiencia para ello se considera la tasa de crecimiento anual y la participación respectivamente en dicho mercado, estos se miden en porcentaje y mientras mayor sea este nivel dentro de las importaciones del país de destino en relación con otros proveedores indica que existe alta competitividad, es decir, se aprovechan sustancialmente las oportunidades presentes en el mercado de destino al ampliar este y sustituir la entrada de otros de proveedores con el mismo producto pues la competitividad se relaciona con la capacidad de los países para presentarse en el mercado internacional y contar con un buen nivel de vida de su población.

El índice se compone de cuatro ejes que indican las situaciones competitivas por las que un producto puede pasar en determinado mercado internacional y de la ubicación dentro de este dependerá la competitividad del producto, en el siguiente gráfico se detalla datos puntuales de estas:



Gráfico 27: Indicador de Fajnzylber

Fuente: Verdugo y Andrade, 2018

Además, el indicador de Fajnzylber está compuesto de dos modelos matemáticos que ayudarán a medir la competitividad internacional del país con un bien determinado

Posicionamiento (P): para la medición se utiliza la tasa de crecimiento anual (TC) de las exportaciones de los dos productos agrícolas hacia el mercado específico seleccionado previamente. La fórmula aplicada es:

$$P = TCX_n^i = \left[\left(\frac{X_n}{X_i} \right)^{1/n-i} \right] - 1$$

Donde:

TCX: Tasa de crecimiento anual del producto en análisis

i: Año inicial del análisis

n: Año final del análisis

Eficiencia (E): para la medición se utiliza la tasa de crecimiento de la participación (p) de los dos productos agrícolas a nivel de un mercado específico para dichos bienes.

$$E = TCXp.X_n^i = \left[\left(\frac{p.X_n^p}{p.X_i^p} \right)^{1/n-i} \right] - 1$$

Donde:

TCXp: Tasa de crecimiento anual de la participación de los productos en análisis dentro de las exportaciones hacia los mercados específicos.

i: Año inicial del análisis

n: Año final del análisis (Verdugo y Andrade, 2018)

4.6.6.4.1. Competitividad de los dos productos agrícolas en los mercados objetivo en base al indicador de Fajnzylber

En este punto se tomó como referencia el ranking de nueve competidores potenciales del Ecuador en tanto en el mercado de Países Bajos y Estados Unidos en relación con los productos seleccionados previamente, analizando la tasa de crecimiento (posicionamiento) y la tasa de participación (eficiencia) de acuerdo con el modelo de este indicador, una vez aplicada la fórmula respectiva la información se sintetizó en un gráfico para mayor claridad de los resultados.

4.6.6.4.2. Competitividad del aguacate ecuatoriano en Países Bajos.

Aplicación de la fórmula del posicionamiento de Ecuador

$$P = TCX_n^i = \left[\left(\frac{X_n^i}{X_i} \right)^{1/n-i} \right] - 1$$

Donde:

TCX: Tasa de crecimiento anual de las exportaciones de aguacate

i: Año 1 (2017)

n: Año 5 (2021)

$$TCX_n^i = \left[\left(\frac{26}{5} \right)^{1/5-1} \right] - 1 \quad TCX_n^i = [(5.20)^{1/4}] - 1 \quad TCX_n^i = [1.36] - 1 \quad TCX_n^i = 0.36$$

$$P = TCX_n^i = 36\%$$

Aplicación de la fórmula de la eficiencia de Ecuador

$$E = TCXp.X_n^i = \left[\left(\frac{p.X_n^p}{p.X_i^p} \right)^{1/n-i} \right] - 1$$

Donde:

TCXp: Tasa de crecimiento anual de la participación del aguacate dentro de las exportaciones hacia el mercado neerlandés.

i: Año 1 (2017)

n: Año 5 (2021)

$$TCXp.X_n^i = \left[\left(\frac{10.05}{2.5} \right)^{1/5-1} \right] - 1 \quad TCXp.X_n^i = [(4.02)^{1/4}] - 1$$

$$TCXp.X_n^i = [1.005] - 1 \quad TCXp.X_n^i = 0.005$$

$$E = TCXp.X_n^i = 0.50\%$$

Modelo grafico del indicador de Fajnzylber para el producto uno.

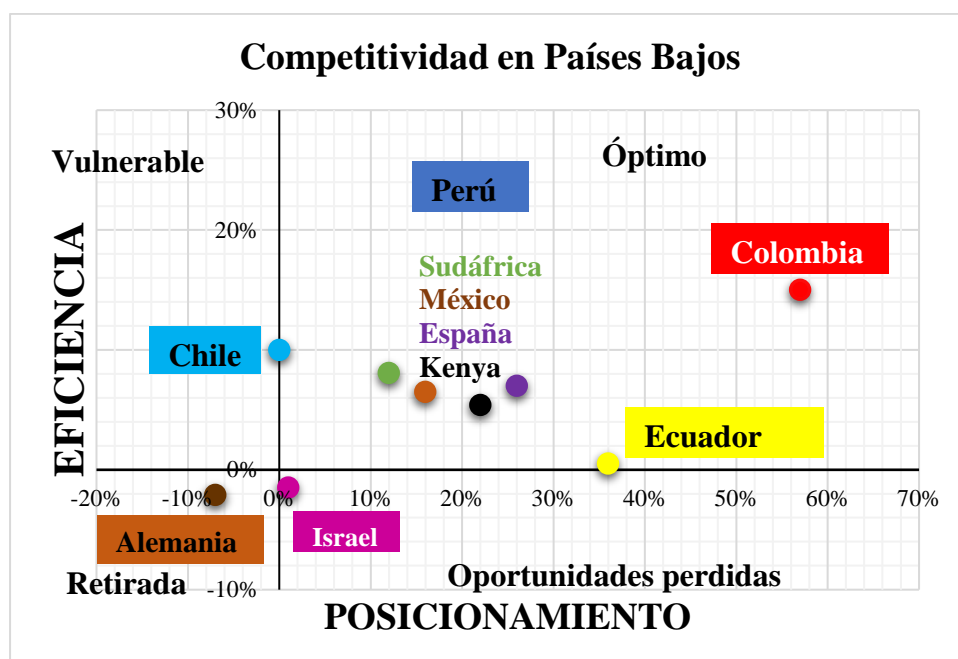


Gráfico 28: Indicador de Fajnzylber en Países Bajos

Fuente: Autora en base a Trademap

De acuerdo con el gráfico la situación competitiva del Ecuador en el mercado de Países Bajos con relación a la exportación del aguacate muestra dos aspectos, por un lado está pasando de un escenario de *oportunidades perdidas* donde tiene alto posicionamiento pues la tasa de crecimiento de las exportaciones de aguacate fue de 36% en el periodo analizado lo que indica que los niveles de exportación de este bien mantuvieron tendencia creciente pero una clara desventaja fue la eficiencia que es muy baja y apenas empieza a crecer, es decir, el país está empezando abrirse mercado por lo que incluso años atrás este valor pudo ser negativo, por otro lado, la otra situación competitiva es *óptimo* donde igual se consideró el alto

posicionamiento en este mercado con 36% de tasa de crecimiento y que puede seguir la misma tendencia a futuro ya que el país cuenta alta productividad de este bien, aquí se destacó la eficiencia representada por la presencia o participación en este mercado con el producto que fue de apenas 0.50% demostrando que aunque los valores y volúmenes exportados están en crecimiento el país aún no logra mayor participación en este mercado y como bien se demuestra en el gráfico 28 está empezando a pasar a una situación de competitividad optima, la baja eficiencia indica que no se está utilizando los recursos de forma adecuada y el objetivo de llegar a este mercado con el producto y mantener una participación creciente y sólida apenas se está llevando a cabo, otra limitación son los competidores potenciales pues son países que llevan años de experiencia en la producción y exportación de este bien liderando esta Perú seguido de Colombia y Chile si se refiere a la misma región, los cuales aprovechan al máximo las ventajas y oportunidades presentes en el mercado neerlandés, pues cuenta con una demanda muy alta de aguacate por cubrir.

Es clave entonces que los involucrados en el sector exportador de aguacate trabajen de forma coordinada tomando en cuenta la desventaja existente sobre todo en la eficiencia que es clave para mejorar la competitividad en el mercado internacional, así también, aprovechen de manera adecuada los recursos existentes desde el cultivo, producción, selección y exportación cuidando todo el proceso, manteniendo una oferta exportable de calidad, recurrente y que cumpla con los requerimientos del mercado objetivo, considerando también que el aguacate sigue como tendencia de consumo dadas sus propiedades para el cuidado del sistema inmunológico debido a la pandemia Covid-19 y mantendrá alta demanda para los años siguientes pues siempre ha sido apreciado como un superalimento de consumo diario en los hogares.

4.6.6.4.3. Competitividad de la cebolla ecuatoriana en Estados Unidos.

Aplicación de la fórmula del posicionamiento de Ecuador

$$P = TCX_n^i = \left[\left(\frac{X_n^i}{X_i} \right)^{1/n-i} \right] - 1$$

Donde:

TCX: Tasa de crecimiento anual de las exportaciones de cebolla

i: Año 1 (2017)

n: Año 5 (2021)

$$TCX_n^i = \left[\left(\frac{26}{6.2} \right)^{1/5-1} \right] - 1 \quad TCX_n^i = [4.19^{1/4}] - 1 \quad TCX_n^i = [1.05] - 1 \quad TCX_n^i = 0.05$$

$$P = TCX_n^i = 5\%$$

Aplicación de la fórmula de la eficiencia de Ecuador

$$E = TCXp.X_n^i = \left[\left(\frac{p.X_n^p}{p.X_i^p} \right)^{1/n-i} \right] - 1$$

Donde:

TCXp: Tasa de crecimiento anual de la participación de la cebolla dentro de las exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos.

i: Año 1 (2017)

n: Año 5 (2021)

$$TCXp.X_n^i = \left[\left(\frac{5.06}{1.5} \right)^{1/5-1} \right] - 1 \quad TCXp.X_n^i = [(3.08)^{1/4}] - 1$$

$$TCXp.X_n^i = [1.0001] - 1 \quad TCXp.X_n^i = 0.0001$$

$$E = TCXp.X_n^i = 0.01\%$$

Modelo grafico de indicador de Fajnzylber

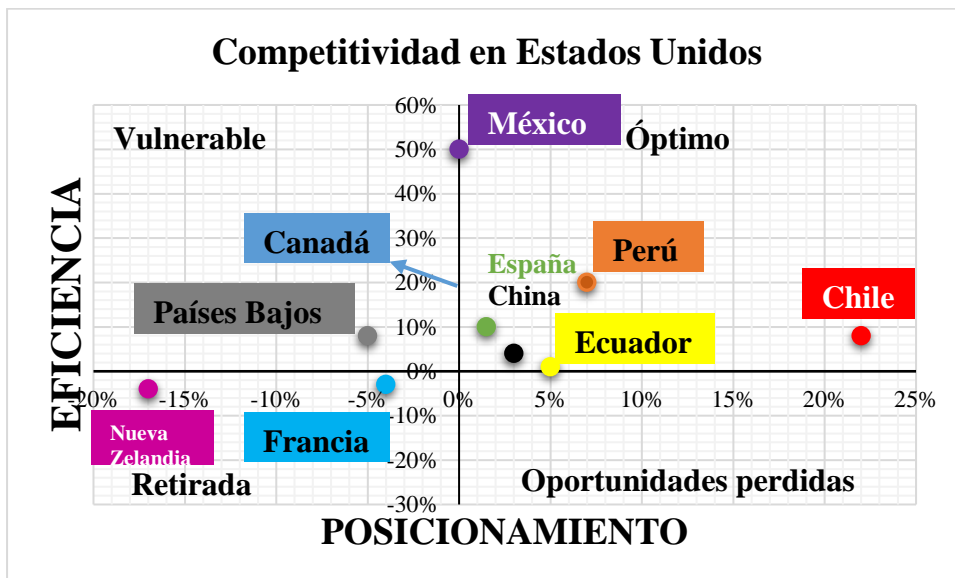


Gráfico 29: Indicador de Fajnzylber en Estados Unidos

Fuente: Autora en base a Trademap

Con relación al gráfico anterior que muestra la situación competitiva que mantiene el país con el producto analizado en el mercado de Estados Unidos se evidenció que está pasando por cuadrante *oportunidades perdidas* donde posee posicionamiento pues las exportaciones de cebolla crecieron 5% en el periodo analizado pero la eficiencia representada por la tasa de participación en el mercado es apenas perceptible e incluso debió tornarse negativa en años anteriores al estudio pues aunque este es un mercado clave para direccionar la oferta exportable ecuatoriana aún no se muestra una buena participación, ahora bien, al analizar el cuadrante de situación competitiva *óptimo* el posicionamiento es favorable pues como bien se mencionó las exportaciones mantuvieron una tasa de crecimiento de 5% y la eficiencia de 1% indicando que el producto ecuatoriano en este mercado tiene tan solo ese porcentaje de participación.

Lo anterior demostró que pese a que los valores y volúmenes exportados mantienen crecimiento desarrollando posicionamiento, la eficiencia es algo baja pues los recursos no se están canalizando de forma adecuada y el objetivo de ingresar al mercado estadounidense y aumentar la cuota de participación con relación al producto se está cumpliendo limitadamente, se suma a lo anterior, los competidores potenciales donde México posee la eficiencia más alta abarcando el 50% del mercado de cebolla, esto debido a que limita con el mercado de destino y hace parte de un acuerdo comercial que facilita el comercio entre estas naciones, a nivel de región Perú y Chile mantienen una situación competitiva óptima pues tienen datos positivos tanto en eficiencia como en posicionamiento que en conjunto representan una gran ventaja para las exportaciones del producto pues han logrado mantenerse estables en este mercado con negociaciones efectivas desde años atrás debido a que aprovechan sobremedida el potencial exportador que es bien conocido en este mercado y a nivel internacional.

Es fundamental que dadas las condiciones de competitividad del país se trabaje en conjunto con el sector agroexportador en especial de este producto donde si existe crecimiento de las exportaciones pero estas son poco eficientes y este es un determinante clave de competitividad internacional, por ello es necesario potencializar la oferta exportable de cebolla ecuatoriana que posee un nivel de producción en crecimiento y además se debe cuidar todo el proceso productivo de este bien con metas de mejora continua en especial en la calidad así, se logrará surtir a este mercado que es el tercer a nivel mundial que mayor demanda tiene de cebolla pues es una hortaliza muy versátil y de consumo diario en todos los hogares, además, dados

sus beneficios para reforzar el sistema inmunológico y mejorar la salud sobre todo en estas nuevas condiciones por la pandemia Covid-19 se debe aprovechar y priorizar a este mercado como destino potencial de exportación para este bien, pues con el cumplimiento previo de los requerimiento del mercado objetivo será posible mejorar los niveles de competitividad que actualmente mantiene el país.

4.7. RESULTADOS DE FUENTES PRIMARIAS

4.7.1. ENTREVISTAS.

Para la aplicación de este instrumento se realizó guiones individuales para cada experto, considerando que se buscaba un acercamiento más preciso con el campo al que pertenece el entrevistado y de esta forma la información obtenida fue más puntual y apoyo a la confirmación de cierta parte de los datos de fuentes secundarias que también se analizaron dentro de la investigación en curso.

Entrevista aplicada a PROECUADOR Zona 1

A través de la entrevista al Especialista de PROECUADOR en la Zona 1, el Ing. Oscar Ruano preciso que en la provincia del Carchi la producción agrícola es estable considerando que variedad de pisos climáticos y la ubicación geográfica aportan a obtener diversidad de productos que generalmente se destinan al cubrir la demanda interna pues son pocos los productores que cuentan con certificaciones para acceder a la exportación a mercados internacionales. En relación con los dos productos analizados indicó que en la provincia se producen aproximadamente 900 hectáreas de aguacate de tipo Hass y Fuerte cuyas características organolépticas (color, sabor, olor y textura) le han dado prestigio al de tipo Hass principalmente que es destinado a la exportación y la empresa Mira Fruits se ha encargado de llevar este bien al mercado europeo sirviendo de puente para productores no solo de la provincia sino del país, sobre la cebolla destacó que pese a que las condiciones son buenas para la producción y si cubren la demanda local se debe analizar aun para la exportación pues se requiere una producción sostenible para ser competitivos considerando

solamente la demanda en el mercado colombiano que es muy alta y por lo general los registros existentes de exportación son por cuestiones de tránsito del producto peruano a Colombia.

Entre las principales amenazas a las que se enfrentan los productores y exportadores están la variabilidad de los precios internacionales, riesgos logísticos en el transporte y distribución, limitado conocimiento en producción sostenible con el medio ambiente y con el consumidor, en manejo de la normativa nacional e internacional, etc., en cuanto a estos aspectos sostuvo que el Estado es solo un facilitador y que es responsabilidad del sector privado canalizar recursos de manera eficiente para cumplir con dichos factores pues requieren principalmente de alta inversión que es el mayor limitante para la mejora continua de los partícipes en este sector, mencionó además que es fundamental trabajar en fortalecer la trazabilidad del producto pues esto garantiza que el demandante conozca de forma precisa la ruta que tuvo el producto desde la producción, procesamiento, distribución durante su paso por la cadena de suministro.

Recalcó que los cambios dentro del sector agrícola productor y exportador deben empezar por tener un enfoque en cuanto al mercado y la demanda existente en este, de ser posible optar por la producción exclusiva para exportación pues las características requeridas son diferentes a las del mercado nacional, por ello la importancia de trabajar en la trazabilidad del producto donde el apoyo debe ir articulado a entes como Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en relación con el suelo, cultivo y asesoramiento técnico en la producción, buenas prácticas agrícolas (BPA) y permisos fitosanitarios de la mano de Agrocalidad e inteligencia de mercados y promoción comercial internacional con PROECUADOR, esto ayuda a fortalecer el producto que se enviara, pues bajo la certificación internacional Global GAP que verifica que todo el proceso de obtención del producto está bajo los requisitos óptimos que hacen de este más competitivo en calidad, precio y cuidado al medio ambiente y la sociedad.

Así también, el papel fundamental de esta institución es el énfasis en la información al usuario con la promoción comercial internacional, capacitación, inducción, términos técnicos, fichas de estudio, entregadas tanto al productor y exportador para que se prepare para el ingreso al mercado internacional en base a la ruta Pro Ecuador que es un sistema de semaforización en 3 niveles que de acuerdo con la capacidad del exportador de insertarse al mercado

internacional se le designa un color (nivel) que ira subiendo conforme cumpla con los parámetros del exportador idóneo para ingresar a un mercado bajo condiciones de ventaja.

Sobre la competitividad, mencionó que mientras mayor innovación o en el caso de bienes agrícolas la trazabilidad basada en las certificaciones internacionales son aval de mejora continua y hacen más atractivo el producto para el consumidor, el país es menos competitivo que Perú y Colombia pues el producto ecuatoriano es más costoso dadas regulaciones estatales internas, sumado a esto los países centroamericanos vuelven a ingresar al mercado norteamericano y europeo lo que rezagara más al país, pues la eficiencia de estos les ayuda a mantener precios inferiores, pero las características organolépticas del bien le dan la capacidad para competir y diferenciarse pues por la ubicación geográfica se ha catalogado como un producto gourmet en el caso del aguacate.

Entrevista aplicada a AGROCALIDAD Distrito Tulcán

Dentro de la información obtenida de la entrevista aplicada al Ing. Vladimir Cruz, Técnico de Sanidad Vegetal de Agrocalidad, se precisó que la provincia del Carchi posee superficies de cultivo optimas y con los requerimientos adecuados para la producción de aguacate y cebolla en los cantones Mira y Bolívar respectivamente, en el caso del aguacate precisa el trabajo de la empacadora Mira Fruits que adquiere producto en la zona y exporta al mercado español con lo que se dinamiza este sector apoyando al desarrollo económico y a la vez dejando entrever el potencial exportador de este rubro, en cuanto a la cebolla menciona que la producción es amplia en la provincia y se presentan buenos niveles de producción que podrían destinarse al mercado internacional pero son limitados los exportadores de este bien, las cantidades enviadas son mínimas y principalmente dirigidas al mercado colombiano, indica que en cuanto a este rubro la mayoría de productores lo destinan únicamente al consumo local y nacional.

Así también, menciona que el mercado europeo y norteamericano poseen una demanda muy alta de estos dos bienes, pero la calidad de la oferta exportable nacional hace que la competitividad sea baja pues cada mercado posee una serie de requisitos en el ámbito fitosanitario que en ocasiones no se logran cumplir disminuyendo a la par la posibilidad de

participar de forma dinámica en el comercio mundial de los productos mencionados, recalca que es clave el desarrollo de un plan de mejora en la producción de aguacate y cebolla a fin de apoyar al sector agrícola carchense e incentivar a los productores a optar por destinar su producción a la exportación más que para cubrir la demanda nacional.

Por otra parte indica que los niveles de producción de estos bienes tienen la posibilidad de aumentar siempre y cuando se priorice factores como el buen manejo del cultivo, donde los productores conozcan los nutrientes y la composición del suelo cultivable, esto mediante un análisis, aspectos sobre fertilización, tecnificación del riego, manejo de plagas y enfermedades, que en conjunto favorecen a la mejora de la calidad y el volumen producido, destaca el caso de la Empresa Uyama farms en el cantón Mira, que maneja certificación orgánica en la producción de aguacate con niveles elevados de producción que le genera acceso rápido y fácil al mercado internacional y mejoran la competitividad; aunque indica que para el caso de la cebolla no se presentan empresas certificadas, detalla que más sectores optan por el cultivo de este producto y se suman a los citados con anterioridad localidades como San Rafael y Caldera que son zonas altamente productivas y con miras a la expansión de las superficies de cultivo, además, considera que dada la alta demanda está latente la posibilidad de ingreso al mercado internacional, donde claramente no es posible cubrir toda esta pero si al menos lograr competir con los volúmenes existentes.

Para la exportación de estos dos productos los países importadores o de destino imponen requisitos fitosanitarios y en este caso Agrocalidad se encarga de certificar por ejemplo que el bien exportable esté libre de plagas, enfermedades o similares que afecten al consumidor u especies vegetales, se mantenga empaques de primer uso óptimos que impidan la contaminación de producto durante el transporte, entre otros, estos variarían en relación con el producto y el mercado objetivo por lo que el exportador debe tener pleno conocimiento de ello para así cumplir con estos requerimientos previos al ingreso al mercado de destino, para la obtención de estos certificados el interesado debe registrarse en el Sistema guía de Agrocalidad que es de libre acceso al usuario solicitando únicamente que sea ecuatoriano con lo que posterior a ello puede solicitar estos documentos tras cumplir con las condiciones que se explique para este fin.

También, destaca que la principal amenaza del sector productor de cebolla son las fluctuaciones de los precios para la producción y venta puesto que cambian constantemente llevando a muchos productores a cultivar otros bienes que generen mejor rentabilidad y debido a esto no se posee una producción continua que garantice la exportación y lo que es primordial la continuidad del producto en el mercado internacional, para el aguacate el problema radica en el manejo inadecuado del cultivo pues la limitada tecnificación de procesos, uso indiscriminado de agroquímicos y uso de suelo no adecuado para la producción reprimen la capacidad exportadora que tiene el producto y se desaprovecha la alta demanda existente.

El Ing. Cruz menciona que esta entidad apoya no solo al sector productor de aguacate y cebolla de la provincia, sino de otros bienes que también se destinan a la exportación a través de capacitaciones constantes a los productores y apoyo en la emisión de certificados fitosanitarios principalmente que son exigidos para el ingreso a otros países, ayudas técnicas cuando los cultivos están invadidos por plagas que no pueden ser controladas y que en ocasiones el productor por tradición propia aplica cualquier químico sin supervisión que en el peor de los casos solo empeora la situación, así también, emiten certificaciones pertinentes a BPA (buenas prácticas agrícolas) y certificaciones orgánicas mediante los enlaces que manejan con entidades del sector, esto garantiza una exportación efectiva con un plus o valor agregado al producto enviado al exterior y mejorando los niveles de competitividad, además, al buscar obtener certificaciones internacionales como Global GAP el proceso se agiliza, beneficiando a la empresa exportadora y los productores que deben trabajar en conjunto para lograr mayor participación de productos como el aguacate y la cebolla que poseen alto potencial de consumo.

Entrevista aplicada a MIRA FRUITS CIA. LTDA

La entrevista aplicada en la empresa ubicada en el cantón Mira al Técnico de campo y laboratorio Paul Enríquez preciso que la empacadora española tiene más de tres años funcionando en este lugar pero su trayectoria internacional es de 25 años en varios países del mundo, el mercado al que surte precisamente es a España dados los requerimientos de frutas tropicales y exóticas y el mayor bien que se envía es el aguacate de tipo Hass pues

evidenciaron el potencial de cultivo que mantiene la zona y sectores aledaños, reiterando también que se surten de proveedores de otras provincias del país, la empresa se encarga de la logística del producto desde el punto de cosecha hasta el consumidor final en el mercado objetivo pues es fundamental contar con un producto sano, de calidad, con un calibre adecuado menciona el entrevistado.

Indica también, que a inicios de la pandemia Covid 19 se restringieron las exportaciones dadas las medidas de confinamiento pero bajo el cumplimiento de estos protocolos y una vez se apertura el flujo comercial la empresa operó normalmente e incluso la demanda de aguacate aumento considerablemente, destaca que la experiencia que mantienen la administración ayudó a que el proceso de exportación siga su curso e incluso se evidenció un aumento de los volúmenes exportados de aguacate lo que ayudó a que los productores logren vender su producción pues en el mercado nacional se generó muchos inconvenientes para la venta libre de todos los productos. En cuanto al precio internacional las fluctuaciones en el tipo de cambio afectan directamente al precio de venta en el exterior así como al que se les paga a los proveedores, por ello la empresa está constantemente analizando el mercado y trata en lo posible de no variar el precio de compra pues el plan no es perjudicar al productor sino más bien incentivar a que este opte por mayores niveles de producción que favorezcan a mantener la oferta exportable continua de la empresa.

Indica que los cambios fundamentales en el sector productor de aguacate de la provincia deben enfocarse en el control de plagas, enfermedades, análisis de suelo, uso de agroquímicos en niveles adecuados que beneficiarían a las dos partes pues los productores lograrían obtener un buen producto y recibir mayores ingresos pues incrementaría los niveles de venta y la empresa contaría con un producto de calidad e idóneo para la exportación, incluso se minimizaría la cantidad de desecho pues indica que no todo el aguacate que entra es exportado.

Señala que de parte de los entes gubernamentales locales y nacionales no han recibido mayor aporte que visitas técnicas para verificar la calidad del producto, el proceso de cosecha, clasificación, empaquetado, distribución, entre otros aspectos, ejemplifica que debido a la ubicación de la empresa es fundamental contar con el acceso adecuado para vehículos pesados

que son los medios primordiales para la movilización de la mercancía hasta el puerto de Guayaquil pero que hasta el momento la empresa destina recursos propios para mantener el acceso adecuado y evitar demoras en la logística que es fundamental en el proceso de exportación.

Menciona además que la empresa apoya a grandes, medianos y pequeños productores pues lo que busca es eliminar a los intermediarios y comprar directamente el aguacate para exportar, considerando que el mayor problema se genera cuando ellos tienen producto pero no existen compradores o les pagan precios inferiores al costo de producción ocasionando solo pérdidas y deserción, entonces gracias a la ubicación de la empresa en este sector el beneficio ha sido amplio para los involucrados y se ha incentivado a que más personas opten por cultivar este bien que bajo las condiciones de calidad adecuadas es muy competitivo en el mercado internacional, considerado sobre todo que la empresa cuenta con certificaciones internacionales como Global GAP (proceso productivo) y GRAPS (manejo de empleados) que garantizan el posicionamiento y la competitividad del aguacate carchense sumados a la experiencia empresarial de Mira Fruits en el mercado europeo.

Entrevista aplicada a la empresa Export Import Milevy Cia. Ltda.

Mediante la entrevista al Gerente General de la empresa ubicada en Tulcán, Ing. Iván López se destacó los aspectos más relevantes de relación a la oferta exportable y competitividad de la cebolla carchense, considerando que esta organización se dedica a la exportación de productos netamente agrícolas de provincias aledañas y precisamente de la provincia del Carchi.

El entrevistado mencionó que para el caso de la cebolla es un producto que cuenta con un buen nivel de producción dentro de esta provincia que principalmente está destinado a la consumo interno y la exportación se limita a pequeñas cantidades dados los factores de costos que implica ingresar a un mercado internacional, a pesar que la tierra es fértil y adecuada para optar por el cultivo de bienes agrícolas como la cebolla que son apetecidos en el exterior, se presentan muchos problemas en el sector como la ineficiencia en el acceso a crédito bancario, limitado apoyo e intervención gubernamental con rubros que benefician al productor, escasa tecnificación de procesos, tasas impositivas descontroladas, contrabando del producto

proveniente del Perú, agroquímicos y mano de obra costosa, entre otros, que provocan que la producción disminuya en este sector y por ende la oferta exportable baja también, además, los productores muchas veces dejan de cultivar este bien pues no les genera rentabilidad e incluso con la venta no logran cubrir muchas veces ni la inversión.

La cebolla carchense esta direccionada únicamente a cubrir la demanda en el mercado de Colombia pues es más fácil el ingreso y el riesgo es menor, así también, los exportadores cuentan con contactos directos que les reciben el producto y por ello no toman el riesgo de incursionar a otros mercados. Recalca que entes como la Prefectura, Municipios y Gobernación no brindan ningún apoyo o beneficio al productor y exportador carchense mencionando que si desean sobresalir y crecer económicamente en su negocio lo han hecho y lo hacen hasta hoy de manera individual e indica además que en el caso de Agrocalidad se limita a controlar y emitir certificaciones fitosanitarias y demás para acreditar la exportación mas no asesora de manera continua en estos procesos.

El Ing. López menciona que la cebolla peruana tiene una competitividad impresionante en relación con la de nuestro país, pues Perú es el mayor exportador de este producto debido a que surte a varios mercados internacionales y el precio de venta es muy bajo lo que les genera gran acogida por los demandantes, indica que posiblemente en el vecino país existen recursos destinados expresamente a este sector de la producción que ayuda a que los involucrados mejoren su posicionamiento a nivel internacional, lo que no sucede en el Ecuador y mucho menos en la provincia pues el sector agrícola se encuentra en abandono. También, considera que la calidad de la cebolla carchense es buena lo que le genera competitividad pero al ser un producto perecible ya no llega a su destino en las misma condiciones, por lo que sugiere que el productor debería asegurar la venta del producto directo al exportador y posteriormente realizar la cosecha para disminuir tiempo y la perdida de producto.

Por otra parte, menciona que debido a la pandemia Covid-19 aumentó la demanda de productos agrícolas pues las personas optaron por el consumo de bienes más frescos y que aporten al cuidado de la salud y siendo la cebolla uno de ellos indica que posee buenas oportunidades de competir internacionalmente: considera también que la cebolla peruana es una amenaza potencial para la competitividad nacional y del Carchi pues debido al contrabando este bien ingresa por los pasos ilegales sin pagar aranceles e impuestos y en gran

cantidad que limita sobremanera la participación principalmente en el mercado colombiano y afirma que el retraso en relación con este bien es abismal a comparación con el mismo sector pero en Perú pues recalca que para que este sector se dinamice es clave la intervención de los entes involucrados en el agro pues los productores son la base de mantener los niveles de exportación adecuados y ayudar a posicionar un producto a nivel internacional, pero sin el apoyo adecuado la situación actual podría mejorar pero muy lentamente.

Análisis de concordancia

En esta parte de la investigación se analizaron los temas más relevantes aplicados en las entrevistas, esto con el fin de conocer si existía concordancia entre las respuestas emitidas o a la vez había desacuerdo entre los participantes, para ello se consideró a cada entrevistado: ProEcuador, Agrocalidad, Empresa Mira Fruits e Import Export Milevyn (IEM). La información se presentó a través de una tabla descrita a continuación:

Tabla 104: Análisis de concordancia de las entrevistas

Concordancia en las respuestas a las entrevistas aplicadas a expertos y empresas del sector agrícola de la provincia del Carchi	
Tema 1	La producción y exportación de aguacate y cebolla de la provincia de la Carchi
Pro Ecuador	El experto menciona que existe una producción estable aunque es clave ampliar esta para mejorar los niveles de exportación y obtener mayor participación en mercados internacionales. Aunque el aguacate ha alcanzado éxito en el mercado europeo para el caso de la cebolla aún no ha logrado buena participación y es precisamente Perú el mayor competidor en el mercado colombiano que es donde principalmente ingresa la cebolla carchense. Así también, destaca que la obtención de certificaciones BP y Global GAP garantizan alta competitividad y los exportadores están muy rezagados en estos aspectos.
Agrocalidad	El experto menciona que aunque la producción de estos bienes es adecuada y las superficies de cultivo óptimas y con los requerimientos adecuados, es necesario muchos cambios como por ejemplo un plan de mejora para todo el sector agrícola que apoye e incentive a los productores y exportadores. Aunque la demanda de aguacate y cebolla en el mercado europeo y norteamericano es muy amplia pero la calidad

	<p>de la oferta exportable nacional es muy baja y esto les resta competitividad a los productos. Prioriza además que la obtención de certificaciones como BPA, Global GAP y orgánicas le añaden el valor agregado o plus a los bienes primarios exportados pero que lamentablemente son contadas las empresas que los poseen dado su complejidad y la inversión que se genera para la obtención de estas.</p>
Mira Fruits	<p>El entrevistado afirma que la zona de la provincia del Carchi cuenta con alto potencial para el cultivo de aguacate y que gracias a la llegada de esta empresa al cantón Mira se ha logrado dinamizar la economía de los productores zonales al adquirir el producto sin intermediarios y exportarlo al mercado europeo donde ya se ha abierto paso el producto carchense. Recalca que la calidad es fundamental para mejorar la competitividad del aguacate y por ello gracias al asesoramiento de los expertos de la empresa a los productores de esta fruta han conseguido de a poco cumplir con los estándares exigidos internacionalmente sobre todo en el control de enfermedades y uso indiscriminado de agroquímicos que son los mayores problemas. Actualmente la empresa cuenta con certificaciones internacionales como Global GAP y GRAPS que les suman competitividad, credibilidad y con su amplia trayectoria en el mercado mantienen alto posicionamiento.</p>
Import Export Milevyn	<p>Para este caso el entrevistado señala que en la provincia existe buena producción de cebolla y a pesar de que la tierra es fértil y adecuada para optar por su cultivo, la mayoría de productores destinan esta al mercado interno y las exportaciones son de bajo volumen dirigidas al mercado colombiano, indica que no se opta por otros mercados dada la complejidad de ingreso y los costos que genera esta acción, además, la competencia es muy alta por parte del Perú al mercado colombiano y generalmente el Ecuador es utilizado solo para el tránsito, así también, persiste el problema de contrabando de cebolla peruana que perjudica al productor carchense que en su defecto deja de cultivar este producto al no obtener rentabilidad, indica que es clave que los entes gubernamentales apoyen al sector agroexportador de la provincia con asesoramiento continuo y mejoramiento de la calidad de la oferta exportable.</p>
<p>El nivel de concordancia de las respuestas de los entrevistados es alto pues presentan criterios similares en su mayoría en relación con el tema de la producción y exportación de aguacate y cebolla de la provincia del Carchi.</p>	
Tema 2	Principales amenazas a las que se enfrentan los productores y exportadores de aguacate y cebolla de la provincia del Carchi

Pro Ecuador	Entre los más relevantes el experto destacó la variabilidad de los precios internacionales, riesgos logísticos en el transporte y distribución, limitado conocimiento en producción sostenible con el medio ambiente y con el consumidor, limitado manejo de la normativa nacional e internacional, baja inversión, competitividad mínima al no manejar la trazabilidad de producto y avalar esta con las certificaciones internacionales.
Agrocalidad	El entrevistado menciona las fluctuaciones de los costos de producción y el precio de venta del mercado que causa discontinuidad de los volúmenes a exportar, pues muchos productores optan por otros bienes que impliquen menor costo y mayor rentabilidad para el caso de la cebolla. En cuanto al aguacate manejo inadecuado del cultivo pues la limitada tecnificación de procesos, uso indiscriminado de agroquímicos y uso de suelo no adecuado para la producción reprimen la capacidad exportadora que tiene el producto desaprovechando la alta demanda existente.
Mira Fruits	Aquí el entrevistado señala que al variar el tipo de cambio afecta directamente al precio de venta internacional y a la par el precio de compra a los productores varía en ocasiones, pero la empresa trabaja constantemente para no afectar a sus proveedores e incentiva a estos a optar por mayores superficies de producción. Menciona que sin el asesoramiento continuo de la empresa a los productores no se lograría contar con estándares de calidad elevados pues el control de plagas, enfermedades y el uso de agroquímicos adecuados fueron las mayores amenazas al inicio de sus actividades en el cantón.
Import Export Milevyn	El entrevistado destacó que el sector agrícola carchense es uno de los menos prioritarios pues la ineficiencia en el acceso a crédito bancario, limitado apoyo e intervención gubernamental con rubros que beneficien al productor, escasa tecnificación de procesos, tasas impositivas descontroladas, contrabando del producto proveniente del Perú, agroquímicos y mano de obra costosa hacen que los productores y exportadores no obtengan los beneficios que desean y por lo tanto se abandone este tipo de actividad que en consecuencia no permite la participación y competitividad para el caso de la cebolla en el mercado internacional.

El nivel de concordancia de las respuestas de los entrevistados es medio pues aunque presentan criterios similares, también señalan diferentes aspectos que consideran como amenazas de acuerdo con la experiencia que poseen en el ámbito público así como privado en relación con el tema de las principales amenazas de los productores y exportadores de aguacate y cebolla de la provincia del Carchi.

Tema 3	Apoyo de los entes gubernamental a los productores y exportadores de aguacate y cebolla de la provincia del Carchi
Pro Ecuador	<p>El experto menciona que el trabajo articulado entre como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en relación con el suelo, cultivo y asesoramiento técnico en la producción, buenas prácticas agrícolas (BPA) y permisos fitosanitarios de la mano de Agrocalidad e inteligencia de mercados y promoción comercial internacional con PROECUADOR, esto ayuda a fortalecer el producto a exportar. Señala además que el Estado es solo un facilitador de estos procesos y es responsabilidad del sector privado canalizar recursos que aporten a la mejora continua de la calidad, la trazabilidad, obtención de certificaciones internacionales y en conjunto aporten a la competitividad de la oferta exportable.</p>
Agrocalidad	<p>Aquí destaca el experto que esta institución apoya a todo el sector agrícola de la provincia en relación a bienes destinados o no a la exportación a través de capacitaciones constantes a los productores y apoyo en la emisión de certificados fitosanitarios principalmente que son exigidos para el ingreso a otros países, ayudas técnicas cuando los cultivos están invadidos por plagas que no pueden ser controladas, así también, emiten certificaciones pertinentes a BPA (buenas prácticas agrícolas) y certificaciones orgánicas mediante los enlaces que manejan con entidades del sector, adicional a ello recalca que el trabajo en conjunto con todos los partícipes del sector y sus aportes es punto de partida fundamental para el desarrollo exitoso de este y la mejora continua de los procesos que se llevan a cabo.</p>
Mira Fruits	<p>El entrevistado señala que de parte de los entes gubernamentales locales y nacionales no han recibido mayor aporte que visitas técnicas para verificar la calidad del producto, el proceso de cosecha, clasificación, empaquetado, distribución, entre otros aspectos y no más bien un asesoramiento continuo y seguimiento a las actividades de la empresa, cita como ejemplo que debido a la ubicación de la empresa es fundamental contar con el acceso adecuado para vehículos pesados que son los medios primordiales para la movilización de la mercancía hasta el puerto de Guayaquil pero que hasta el momento la empresa destina recursos propios para mantener el acceso adecuado que debería ser responsabilidad de los entes públicos.</p>
Import Export Milevyn	<p>Aquí el entrevistado indica que entes como la Prefectura, Municipios y Gobernación no brindan ningún apoyo o beneficio al productor y exportador carchense mencionando que si desean sobresalir y crecer económicamente en su negocio lo han hecho y lo hacen hasta hoy de</p>

manera individual, mencionando además que en el caso de Agrocalidad se limita a controlar y emitir certificaciones fitosanitarias y demás para acreditar la exportación mas no asesora de manera continua otros procesos. Además, señala que para el caso de la cebolla la competencia es muy fuerte y el precio que de venta ecuatoriano es superior por lo que el comprador siempre opta por algo más accesible en este caso el producto peruano y esto es una amenaza potencial para el sector que se encuentra rezagado principalmente en cuanto a exportaciones.

El nivel de concordancia de las respuestas de los entrevistados es medio pues aunque presentan criterios similares, también difieren en cuanto al apoyo que se brinda o a la vez obtienen de los entes estatales, las opiniones son divididas pues la parte pública aduce que si se asesora al sector y brindan apoyo continuo en los procesos pero a la vez la parte privada señala que el apoyo es limitado y apenas perceptible o nulo, esto de acuerdo con la experiencia que poseen en relación con el tema apoyo de los entes gubernamental a los productores y exportadores de aguacate y cebolla de la provincia del Carchi.

Fuente: Tomado de las entrevistas aplicadas

4.8. DISCUSIÓN

Considerando que el Ecuador es un país primario exportador donde la mayor parte de su territorio está dedicado a la producción agrícola de bienes que se destinan tanto a cubrir la demanda interna así como internacional, fue importante elaborar un estudio específico a aquellos productos que componen la oferta exportable no tradicional y que en los últimos años ha logrado mayor desarrollo y participación en el total de exportaciones nacionales pues se está tratando de diversificar los productos y apostar a nuevos sectores que poseen potencial de exportación aprovechando la ventaja comparativa que mantiene en cuanto al uso de los factores de producción que favorecen la inserción en mercados exteriores aumentando los niveles de participación y competitividad, pero la asignación de recursos y el apoyo gubernamental sigue siendo mínimos ya que en varios de los casos se desconoce los beneficios que estos traerían a la economía sectorial y nacional.

Así también, las nuevas condiciones de vida ligadas a la actual pandemia por el virus Covid-19 ha incentivado a las personas a optar por un estilo de vida más saludable donde se priorice el reforzar el sistema inmunológico que es clave para minimizar el riesgo de contagio, por ello se desarrollaron tendencias de consumo en base a este contexto donde de acuerdo con los

estudios de organizaciones internacionales como la FAO, OMS, PMA, entre otras pertenecientes al área de salud, recomendaron a la población preferir el consumo de productos naturales, con mínima industrialización teniendo a las frutas, verduras y hortalizas como componentes principales de una dieta saludable pues poseen grandes beneficios con el aporte de variedad de vitaminas, minerales, proteínas, antioxidantes, ácidos grasos y similares, que sumado a ejercicio diario, ingesta de agua entre otras actividades, favorecen al bienestar de las personas.

Dados los factores anteriores, se han presentado varias investigaciones en relación con analizar la oferta exportable de productos agrícolas en un sector determinado, estudiando la oferta y demanda existente, los mercados adecuados tras la aplicación de métodos de selección de estos, aspectos sobre producción y a la vez han tratado de medir de la competitividad internacional de estos bienes con el uso de indicadores para este fin. Por ello se analizó estudios similares y previos que contengan a bienes como el aguacate y la cebolla que están considerados como productos que ayudan a reforzar el sistema inmunológico por la variedad de propiedades y beneficios para la salud determinando la oferta exportable adecuada y competitividad en el mercado internacional.

Los resultados obtenidos en la presente investigación indicaron que desde inicios de la pandemia por el Covid-19 aumentó el consumo de productos agrícolas que ayudan a mantener un estilo de vida saludable que fue clave para minimizar el riesgos de contraer este virus, aquí los productos agrícolas ganaron alto protagonismo y la demanda de este sector aumentó considerablemente, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura conjuntamente con la Organización Mundial de la Salud (2020), indicaron que el cuidado del sistema inmunológico es fundamental en esta época de crisis sanitaria mundial y optar por una dieta saludable con frutas y vegetales frescos. Existe variedad de productos con las características antes mencionadas pero en este punto se seleccionaron cinco de ellos con mayor demanda a nivel mundial destacando a la naranja, fresa, aguacate, brócoli y la cebolla que son fuente de vitaminas C, E, A, D, antioxidantes, minerales como hierro, fosforo, calcio, grasas saludables que en conjunto refuerzan el sistema inmunológico.

Lo anterior concuerda con la investigación de Diana Méndez, Paula Padilla y Stephany Lanza: *“Recomendaciones alimentarias y nutricionales para la buena salud durante el COVID-19”*,

donde elaboran un estudio con el objetivo de abordar el tema de la seguridad alimentaria y nutricional presentando diferentes recomendaciones para una alimentación saludable frente al COVID-19, aquí mencionaron que el cuidado del sistema inmune a través de una alimentación saludable minimiza las posibilidades de contagio, esto consiste en consumir alimentos de todos los grupos para obtener los nutrientes necesarios y se debe optar por productos naturales con poca industrialización. Las principales fuentes de vitaminas y minerales, fundamentales para el fortalecimiento del sistema inmune, son las frutas, verduras y hortalizas por lo que se debe consumir al menos tres raciones de frutas al día y dos de verduras y hortalizas (Méndez, Padilla y Lanza, 2020). Aquí no se menciona puntualmente cuales son los principales productos que consumir para el cuidado del sistema inmune a comparación con la investigación en curso donde se detallan cinco principales productos agrícolas que poseen propiedades y beneficios para el reforzar el sistema inmunológico, así también la tabla N° 6 detalla puntualmente los componentes principales de cada producto en relación el cuidado y el refuerzo del sistema inmunológico y se realiza una puntuación a cada uno de ellos para evidenciar que el aguacate y la cebolla son los dos productos con mayores beneficios para el cuidado de la salud sobre todo en tiempos de pandemia pues cuentan con vitaminas, minerales y antioxidantes claves para mitigar o evitar de ser posible el riesgo de contagio de este virus.

La determinación los dos productos agrícolas específicamente inició considerando la demanda a nivel internacional de los cinco productos antes mencionados, determinando los niveles de importación total tanto en valores monetarios (USD) y cantidad (toneladas), además, se estableció la tasa de crecimiento en el periodo 2016 a 2020 para cada producto y se elaboraron las proyecciones respectivas para conocer el comportamiento de la demanda para años posteriores, toda la información de obtuvo de la base datos estadísticos de comercio exterior Trademap.

Tabla 105: Síntesis de la demanda mundial de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico

Demanda mundial (importaciones) de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico				
Indicador	Valor en USD (aproximado)	Tasa de crecimiento	Valor en toneladas (aproximado)	Tasa de crecimiento
Producto				
Aguacate	6 millones	8%	2.000.000	7%
Naranja	5 millones	3%	7.000.000	-1%
Brócoli	1 millón	5%	1.000.000	2%

Cebolla	3 millones	3%	8.000.000	1%
Fresa	2 millones	2%	900.000	1%

Fuente: Tomado de Trademap, 2020

La tabla anterior presentó de forma sintetizada la información más relevante sobre los cinco productos agrícolas analizados y su comportamiento dentro del mercado mundial desde el año 2016 a 2020, aquí el aguacate, la cebolla y la naranja obtuvieron mayor demanda tanto en valores monetarios como en cantidad, la tasa de crecimiento también fue favorable con excepción de la cantidad demandada de naranja que presentó decrecimiento. Así también, las proyecciones en base a los datos históricos mantuvieron en la mayoría de casos una tendencia de crecimiento que resulta favorable para el estudio pues fue claro que en años posteriores la demanda de estos productos se mantendrá estable, todos estos aspectos se consideraron para la selección de los dos productos específicos para la investigación.

A lo anteriormente mencionado se sumó el análisis de la oferta de los cinco productos agrícolas desde el Ecuador hacia mercados internacionales, considerando la tasa de crecimiento y determinando los niveles de exportación total tanto en valores monetarios (USD) y cantidad (toneladas), además, se estableció la tasa de crecimiento en el periodo 2017 a 2021 donde para este último se proyectaron los datos, fue clave en esta parte de la investigación establecer si había participación por parte de la provincia del Carchi en las exportaciones para ello la información de la organización CobusGroup que maneja base de datos estadísticos de negocios internacionales fue clave pues maneja bases de datos para identificar desde que provincia específica se realizó una exportación entre otros aspectos clave para el análisis.

Tabla 106: Síntesis de la oferta nacional de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico

Oferta ecuatoriana (exportaciones) de los productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico				
Indicador	Valor en USD (aproximado)	Tasa de crecimiento	Valor en toneladas (aproximado)	Tasa de crecimiento
Producto				
Aguacate	6 millones	75%	1000	34%
Naranja	70 miles	-62%	104	-78%
Brócoli	145 millones	26%	71000	26%
Cebolla	371 miles	23%	442	-23%
Fresa	1 miles	13%	0.75	-3%

* Con color verde los productos donde la provincia del Carchi presentó participación

Fuente: Tomado de CobusGroup, 2020

En cuanto a las exportaciones del país, la tabla anterior sintetizó los datos de los cinco productos seleccionados donde se evidenció que el aguacate y el brócoli son bienes en crecimiento y con alta demanda en el mercado mundial con cifras positivas tanto en valor monetario, cantidad y así lo confirman las tasas de crecimiento, la naranja tuvo decrecimiento tanto en valor monetario como cantidad pues su baja calidad no ha ayudado a incrementar la exportación y muestra tasas de decrecimiento muy altas, la cebolla mantiene buena participación en las exportaciones con cifras positivas en valores monetarios pero en cantidad ha bajado considerablemente así lo indica la tasa de crecimiento negativa y en cuanto a la fresa mantuvo cierto crecimiento en valores monetarios aunque en la cantidad disminuyó pues la tasa de crecimiento fue negativa y de los cinco productos analizados, es este el que menor exportación realiza pues aún no se ha logrado mantener un mercado internacional sólido para este bien y las exportaciones son esporádicas y como se evidenció en volúmenes poco representativos.

Para la selección de los dos productos agrícolas específicamente se identificó cuatro aspectos relevantes tanto de la oferta como de la demanda: valor monetario en USD, tasa de crecimiento en USD, cantidad en toneladas (Tn) y tasa de crecimiento de la cantidad en Tn, aplicando la ponderación (%) a cada criterio y asignando puntos con un valor alto (3), medio (2) y bajo (1) dependiendo de los datos obtenidos la demanda a nivel mundial como en la oferta desde Ecuador. Así, se obtuvo como productos principales al **aguacate** con una **puntuación de 2,88** y la **cebolla** con una **puntuación de 2**, considerando además que la provincia del Carchi contaba con participación en las exportaciones de estos dos productos lo que haría más favorable para el posterior análisis de datos de la oferta exportable y la medición de la competitividad internacional.

Parte de lo descrito con anterioridad se evidencia en el trabajo de María Rodríguez y Gabriela Vizcaíno con el tema: “*Oportunidades Comerciales para la oferta exportable de productos de Comercio Justo*”, donde uno de sus objetivos fue determinar los productos principales de la oferta exportable ecuatoriana de comercio justo, para ello estudiaron la oferta nacional de estos bienes por grupos y la demanda a nivel internacional para determinar un mercado, posteriormente eligieron el grupo de productos que mayor nivel de exportación tuvo seleccionado a la vez el producto que encabezaba la lista para continuar el estudio (Rodríguez y Vizcaíno, 2018), en comparación con la investigación actual donde se analizó puntualmente

la demanda a nivel mundial de los 5 productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico y la oferta desde el Ecuador, determinando si hubo crecimiento o decrecimiento tanto en valores monetarios como en cantidades a través del indicador de tasa de crecimiento, así, al aplicar la matriz de criterios de selección se logró una ponderación y puntuación más acertadas y considerando los datos ya analizados con anterioridad se obtuvo los dos productos agrícolas a estudiar.

Así también, se analizó el artículo científico realizado por Alex Viera, Andrea Sotomayor y William Viera en la Revista Científica y Tecnológica UPSE con el tema “*Potencial del cultivo de aguacate (Persea Americana) en Ecuador como alternativa de comercialización en el mercado local e internacional*”, donde en relación con la comercialización internacional describe como destinos principales a Estados Unidos, Francia, Holanda, considerado a la variación del precio y los valores de la demanda tanto en miles de dólares como en cantidad como determinantes para esta selección, los datos analizados se tomaron de la base a la información del Banco Central del Ecuador (Viera A., Sotomayor y Viera W., 2016), en comparación con la presente investigación donde se utilizó datos sobre los destinos potenciales de las exportaciones ecuatorianas de aguacate y los principales demandantes a nivel mundial para posteriormente comparar factores como la tasa de crecimiento y la participación en cada mercado específico, destacando a Estados Unidos, España y Países Bajos y a la vez al aplicar la matriz POAM permitió evaluar indicadores sociales, políticos y económicos específicamente de cada mercado ya seleccionado para que finalmente tras asignar una ponderación y puntuación a cada indicador analizado se obtuvo **0.21** para el país de destino óptimo para el producto que fue **Países Bajos** pues ofreció mayores las oportunidades al Ecuador.

Sobre la cebolla que fue el segundo producto en análisis se contrastó con el artículo científico de los autores Alberto Santa María y Ramiro Díaz en la Revista Científica Epistemia con el tema “*COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE CEBOLLA (ALLIUM CEPA) EN EL PERÚ 2012-2021*”, donde para seleccionar los mercados principales de análisis en el estudio se consideró factores como el valor FOB en miles de USD, el volumen medido en toneladas, la estacionalidad en valores FOB y toneladas durante los meses del año de los principales destinos, considerando así a Estados Unidos, Colombia y España como demandantes de este bien (Santa María y Díaz, 2021), en comparación con la presente

investigación donde se consideró tanto a los mercados destino del Ecuador y adicional a los mayores demandantes a nivel mundial analizando la tasa de crecimiento que indicó aumento o disminución de las exportaciones del producto, así también como en el estudio de mercado del aguacate se aplicó la matriz POAM para evaluar los indicadores sociales, políticos y económicos específicamente de cada mercado ya seleccionado para que finalmente tras asignar una ponderación y puntuación a cada indicador analizado se obtuvo **0.19** mostrando como el destino óptimo para la cebolla a **Estados Unidos** pues se analizaron de forma precisa las oportunidades y las amenazas que este mercado ofrece al Ecuador.

Considerando a Países Bajos como mercado potencial para la oferta exportable de aguacate se analizó el artículo científico “*Dinámica del mercado mundial de aguacate*” en la Revista Virtual Dinámica Mundial, donde los autores Francisco Arias, Cesar Montoya y Oscar Velásquez analizaron el comportamiento del mercado en el ámbito internacional, considerando variables como: precio, importaciones, exportaciones. y consumo nacional aparente per cápita, indicado que es el mercado europeo quien mayor acogida presenta de este producto, en especial Países Bajos que no solo figura como importador sino como exportador, pues debido a la eficiente red logística que posee vuelve a reexportar el producto y bajo esta dinámica está consolidado como participe principal del comercio de aguacate a nivel mundial pese a que no refleja datos de producción pues se surte de la producción de países suramericanos como Perú, Colombia, Chile, Brasil y Ecuador en valores mínimos.

En cuanto al consumo nacional aparente mantuvo un promedio de 1.62 kg per cápita que junto a Francia, España y Reino Unido fueron los países europeos con mayor tendencia de consumo por persona, debido a que es considerado un superalimento con variedad de beneficios para el cuidado de la salud y cuidado del sistema inmunológico pues es un producto muy versátil a la hora de consumirlo (Arias, Montoya y Velásquez, 2018), esto se complementa a la presente investigación que mantiene similitud a los resultados expuestos por los autores y además al analizar la demanda insatisfecha se encontró un déficit de consumo en este mercado de 2.1 kg per cápita a ser cubierto, así también, las proyecciones realizadas para el caso evidenciaron una tendencia de crecimiento en la demanda del mercado neerlandés que se debe aprovechar ofertando aguacate ecuatoriano desde la provincia del Carchi.

Al ser Estados Unidos el mercado potencial de la oferta exportable de cebolla se contrasto con la investigación de Fredy Bermúdez de la Universidad Nacional Agraria La Molina con la temática “*Estructura productiva-económica, comercial externa y nivel de competitividad de la cebolla fresca de bulbo*”, donde destaca al mercado de Estados Unidos como el principal importador de cebolla a nivel mundial, seguido de países europeos y asiáticos considerado que esta hortaliza es la tercera que se consume en el mundo y por ende su demanda es creciente y aunque también este país refleja datos sobre exportación, a nivel interno continua con demanda insatisfecha pues de los 6 kg recomendados por la FDA en este país se consume un aproximado de 3 a 4 kg per cápita verificando claramente un déficit de consumo (Bermúdez, 2019), en lo anterior se concuerda con el autor pues en la presente investigación se evidenció información similar, añadiendo también que existe una demanda insatisfecha promedio por cubrir de 2.6 kg per cápita, además al proyectar la información mostró un crecimiento en la demanda que se debe aprovechar la oferta la cebolla ecuatoriana donde claramente pueden participar la provincia del Carchi.

Se consideró también la investigación de la autora Gina Castro con el tema “*Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN*” de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, que se centró en la selección de la oferta exportable de cinco productos estrella exportados a Chile en base al ACE N° 65 y su competitividad frente a los otros miembros de la CAN cuyos resultados indicaron que los productos tradicionales continúan siendo base de la economía nacional pero a la vez incentivó a las MiPymes del sector agrícola a optar por la diversificación de los bienes no tradicionales como las frutas y similares donde el país cuenta con alta ventaja comparativa dada la ubicación geográfica y los recursos existentes (Castro, 2019), dentro de la investigación no se considera aspectos como los niveles de producción o las provincias específicas de donde provienen los bienes analizados o a la vez empresas del sector exportador que forman parte fundamental para tener constancia del mantenimiento de una oferta exportable sólida y adecuada para cubrir un mercado específico, al comparar con la presente investigación tanto del aguacate como de la cebolla, se consideró los niveles de producción nacional y provincial con sus respectivas proyecciones para conocer el comportamiento y la tendencia a los años siguientes, así también, se analizó puntualmente las exportaciones a nivel nacional por provincias considerando la tasa de crecimiento y los niveles de participación en las

exportaciones nacionales, de esta forma, se logró determinar los niveles de exportación específicamente de la provincia del Carchi y proyectar estos para tener una visión de la participación para el futuro, pues considerando el déficit de consumo per cápita o demanda insatisfecha existente de aguacate tanto en Países Bajos como de la cebolla en Estados Unidos, si fue posible afirmar que este podría ser cubierto con la oferta existente, debido a que las actuales tendencias de consumo y cuidado de la salud por la crisis sanitaria mundial que aún persiste generaron en la población nuevas formas de fortalecer el sistema inmunológico a través del consumo de productos lo menos transformados posibles.

Al contrastar la investigación del autor Marlon Cabay con el tema “*Estudio de la Producción de Aguacate de la Parroquia San Miguel de Perucho como Oferta Exportable*” de la Universidad de las Fuerzas Armadas, los resultados alcanzados destacan que la determinación de la oferta exportable de bienes no tradicionales y la búsqueda de mercados internacionales, fomentan el desarrollo de un sector específico que para el caso fue el agrícola con el aguacate que dentro del lugar de estudio posee alta productividad dadas las condiciones brindan una ventaja comparativa para la obtención de un producto de calidad y que podría ser competitivo si existe la canalización de recursos adecuados que incentiven a los productores a optar por cambiar los tipos de cultivos tradicionales, además, el autor destaca a Países Bajos como mercado potencial para el producto pues las frutas son el tercer producto ecuatoriano más demandado en este mercado dada la calidad y el sabor exclusivo que poseen (Cabay, 2016), al considerar en la presente investigación al mismo mercado objetivo para el aguacate es constancia del gran crecimiento que este ha presentado desde el año de la investigación previa hasta la actualidad y dados los análisis respectivos sobre la demanda insatisfecha mantendrá el mismo comportamiento lo que representa una ventaja para destinar la oferta exportable de aguacate desde la provincia del Carchi.

Así también, analizar la competitividad internacional de los dos productos favoreció el conocer el comportamiento de estos en los mercados seleccionados tomando en cuenta si dentro de los años de desarrollo de la pandemia Covid-19 se mostraron diferenciaciones en comparación a años anteriores, para ello se utilizó indicadores de que midieron los niveles de competitividad que aplican información del comercio actual en un periodo de tiempo determinado y estos incluyen en conjunto a los ingresos relativos, la eficiencia, política comercial y estructura del mercado en análisis, esto se consideró tanto para el aguacate como

para la cebolla y al contrastar con los competidores potenciales se logró evidenciar si el país cuenta con participación, posicionamiento, eficiencia y ventaja comparativa que en conjunto fueron sinónimos de competitividad.

La forma más conocida de medición de la competitividad es de acuerdo con la cuota de participación que mantiene el país en el mercado destino, así que se elaboró un ranking de los principales competidores del Ecuador en Países Bajos para el aguacate y en Estados Unidos para la cebolla, donde en el primero el aguacate ecuatoriano mantuvo una tasa de crecimiento de 36% pues los volúmenes exportados aumentaron considerablemente en especial el 2020 y 2021, la cuota de mercado fue baja pues solo ocupó el 0.50% del mercado neerlandés, la competencia es fuerte por parte de países de la zona como Perú y Colombia que han logrado abarcar en conjunto aproximadamente el 45% del mercado. En relación con la cebolla la tasa de crecimiento fue de 5% con un aumento significativo dentro del 2020 y 2021, la cuota de mercado fue de 0.05% que es sumamente baja y marcan una gran brecha con el potencial de exportación ecuatoriano pues México y Perú abarcan aproximadamente el 80% del mercado estadounidense. El mayor inconveniente para el país de acuerdo con los expertos entrevistados es que pese a que cuenta con los factores de producción óptimos para la mantener una oferta exportable adecuada no se trabaja en aspectos como mejorar la calidad, obtenciones certificaciones internacionales, tecnificación del proceso productivo y de cosecha, uso adecuado y limitado de productos agroquímicos, entre otros que limitan el aprovechamiento de las ventajas comparativas y competitivas para aumentar la participación en ellos mercados seleccionados.

El relación con el *indicador de ventaja comparativa revelada - IVCR* que permite medir las ventajas comparativas de una nación al realizar el intercambio comercial y considerando los flujos de comercio entre países específicos y el mundo, pues así refleja la especialización relativa del país en determinado producto indicado si existe o no competitividad, para la investigación se analizó este índice para el Ecuador y se comparó con Perú y Colombia como competidores en el mercado de Países Bajos en base a la exportación del aguacate, un IVCR mayor a 0 ya es sinónimo de competitividad y al sintetizar los índices obtenidos en 2020 se obtuvo 15,45 en Colombia, 10,68 en Perú y 0,37 en Ecuador y en el 2021 25,40 en Colombia, 9,14 en Perú y 0,35 en Ecuador, fue claro que la competitividad del país es mínima en comparación con los otros países en análisis y apenas se está empezando a desarrollar el sector

exportador del aguacate ecuatoriano en este mercado, así también, pese a que estos países pertenecen al Acuerdo Multipartes con la Unión Europea no se está aprovechando las preferencias arancelarias otorgadas a bienes agrícolas del 0% y de a poco la competitividad a disminuido. En cuanto al análisis del IVCR para el Ecuador en comparación con México y Perú como competidores potenciales en base a la exportación de cebolla en el mercado de Estados Unidos, los índices obtenidos en 2020 fueron para 5,61 en Perú, 1,27 para México y 0,23 para Ecuador y en cuanto al 2021 para Perú 4,20, México 2,80 y Ecuador 0,40, nuevamente el Perú destaca con mayor índice de competitividad pues el contar con un acuerdo comercial al igual que México garantiza la entrada de la oferta exportable con preferencias arancelarias y demás ventajas para fomentar una comercialización dinámica entre estas naciones, a diferencia del Ecuador que aunque mantiene el SGP para las negociaciones no ha logrado aumentar la participación y competitividad en este mercado. Pese a que la competitividad internacional del país obtuvo índices bajos para los dos casos no se presentó desventaja competitiva y considerando que los niveles exportados hacia los mercados de destino aumentaron considerablemente se evidenció que tanto el aguacate como la cebolla mantuvieron alta demanda sobre todo en los dos últimos años donde se desarrolló la pandemia por el Covid-19 y claramente el consumo aumentó dados los beneficios de esos productos agrícolas para el cuidado del sistema inmunológico.

A través del índice de Grubel-Lloyd se evidenció que el Ecuador mantiene un comercio interindustrial (intercambio de bienes de diversos sectores) pues al analizar las importaciones y exportaciones tanto de aguacate y cebolla en relación con Países Bajos y Estados Unidos respectivamente se obtuvo un valor de 0 para los dos casos, por lo que fue claro afirmar que para mejorar la competitividad de la oferta exportable debe aprovecharse la ventaja comparativa existente y que como bien ya se analizado esta va de la mano con la especialización y el uso adecuado de los recursos siempre orientados a la búsqueda de eficiencia al ofertar estos bienes en los mercados antes mencionados, garantizando que a futuro la cuota de mercado de productos ecuatorianos no tradicionales aumente.

Finalmente se analizó el indicador de competitividad de Fajnzylber contrastando con el artículo científico de los autores Nathaly Verdugo y Víctor Morales con la temática *“Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 – 2017”*, donde en base a este indicador destacó

que el posicionamiento y la eficiencia de la oferta exportable no tradicional fue superior a la tradicional dentro del periodo analizado pues se ubicó en el cuadrante óptimo para la mayoría de bienes analizado, esto debido a que de a poco se está potencializando y diversificando este sector y por ende aumentando la competitividad a nivel internacional, mencionando que la dinamización del sector agrícola fue clave en los últimos años y se prevé un crecimiento significativo que favorecerá a la economía sectorial, nacional y mejorar el nivel de vida que es uno de los aspectos que destacan a un país competitivo.

Los autores midieron la competitividad a nivel general sin centrarse en un mercado específico donde dirigir específicamente la oferta exportable no tradicional aunque se consideró a los cuatro principales bienes que son exportados desde el país por lo que los resultados fueron positivos (Verdugo y Morales, 2018). En la presente investigación se analizó el indicador específicamente en los mercados seleccionados que para el aguacate fue Países bajos y para la cebolla Estados Unidos, dentro del mercado neerlandés obtuvo un posicionamiento de 36% y una eficiencia de 0.50% que en síntesis indicaron que el aguacate ecuatoriano está pasando de una situación competitiva de *oportunidades perdidas* a una *situación óptima* pues está iniciando el desarrollo del producto, por otra parte, dentro del mercado estadounidense la cebolla ecuatoriana tuvo un posicionamiento de 5% y una eficiencia de 0.01% donde el escenario fue similar al del producto anterior y el país se ubicó en las dos situaciones competitivas, fue claro que pese a que los niveles exportados a estos mercados mantuvieron un tasa de crecimiento significativa (posicionamiento), en términos de eficiencia (participación) se mantuvo un porcentaje mínimo pues aunque se está cumpliendo con el objetivo de llegar al mercado internacional los recursos utilizados son demasiados pues existen muchos limitantes desde el cultivo, producción, empaque, distribución nacional e internacional, tramitación y documentación entre otros aspectos que como país no ha logrado mejorar o simplificar por lo que en conjunto representan ineficiencia haciendo que la oferta exportable existente sea de baja calidad, no recurrente y no se logre cumplir con los requerimientos del mercado objetivo, entonces, aunque se cuente con los recursos adecuados para potencializar el sector agroexportador, los expertos y empresas del sector destacan que es compromiso de todos los involucrados en este trabajar en el mejoramiento continuo de las falencias existentes a fin de minimizarlas y lograr aprovechar las oportunidades que brinda el mercado internacional analizado al contar con alta demanda de estos productos que puede ser cubierta por la oferta existente en el país.

En base al análisis realizado se cumplieron los objetivos propuestos dentro de la presente investigación, pues se logró analizar la oferta exportable dentro de la provincia del Carchi de productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y medir en términos de país competitividad internacional debido a la pandemia Covid-19, pues se plasmó de forma clara y puntual los resultados de todo el proceso investigativo desde la revisión bibliográfica y estadística hasta las fuentes primarias a través de entrevistas a los involucrados en el sector que permitieron corroborar la validez de los datos propuestos y contar con un acercamiento más preciso de la realidad del sector agrícola provincial y nacional.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Los productos agrícolas tomaron mayor protagonismo en el mercado internacional a raíz de la crisis sanitaria mundial por el Covid-19, pues las personas optaron por tendencias de consumo que aporten al cuidado de la salud siguiendo las indicaciones de los entes de salud a nivel internacional como la FAO y OMS que recomendaron aumentar el consumo de productos frescos, naturales, con mínima industrialización prefiriendo frutas, verduras y hortalizas que contengan los nutrientes necesarios para reforzar el sistema inmunológico que de acuerdo con profesionales en el área de salud fue parte fundamental para minimizar el riesgo de contagio del virus.

La demanda mundial y la oferta nacional de los cinco productos agrícolas que ayudan a reforzar el sistema inmunológico debido al Covid-19 mantuvo crecimiento significativo en el periodo analizado, donde el aguacate y la cebolla obtuvieron mejor desempeño tanto en valores monetarios como en cantidad pues esto lo evidenció las tasas de crecimiento en su mayoría positivas, lo que apoyo la selección de estos dos bienes para el estudio mediante los criterios aplicados mostrando para el aguacate una puntuación de 2,88/3 (nivel alto) y para la cebolla una puntuación de 2/3 (nivel medio), además, que si se evidenciaron exportaciones de estos productos desde la provincia del Carchi que favoreció al cumplimiento de los objetivos propuestos en la investigación.

En base al estudio de mercado aplicado se determinó como países potenciales para ofertar el aguacate y la cebolla a Países Bajos y Estados Unidos respectivamente, pues el análisis de los indicadores sociales, políticos, económicos y la aplicación de la matriz POAM mostraron un puntaje de 0.21 y 0.19 en el orden correspondiente para estos, se consideró que son economías estables, industrializadas con alto poder adquisitivo, con un nivel de vida elevado para la población que favorece el consumo de bienes como los ofertados, mantienen estabilidad política y económica en la mayoría de casos lo que favorece a las negociaciones internacionales a largo plazo.

Países Bajos mantuvo un CNA aproximado de 18.039.000 kg por año y el consumo per cápita promedio fue de 1.6 kg que debido al consumo recomendado por la FAO de 3.75 kg per cápita mostró la existencia de 2.1 kg en déficit de consumo a ser cubierto; para el caso de Estados Unidos obtuvo un CNA aproximado de 980.000.000 kg por año y el consumo per cápita promedio fue de 3.4 kg que debido al consumo recomendado por la FDA de 6 kg per cápita mostro la existencia de 2.6 kg en déficit de consumo por cubrirse. Así también, con las respectivas proyecciones se evidenció el crecimiento de la demanda de estos bienes a futuro y la oportunidad del sector agrícola del Carchi de ingresar a estos mercados con los dos productos seleccionados.

En el año 2021 a nivel nacional se produjo 22.600 Tn de aguacate y 53.200 Tn de cebolla de las cuales solo 1.400 y 2.200 Tn respectivamente fueron destinadas para la exportación pues la mayor parte del producto se destina al consumo interno y a la vez se presentan limitantes en la calidad, costos de producción y distribución, certificaciones fitosanitarias e internacionales que impiden la exportación en mayor volumen a mercados internacionales, por otra parte, la provincia del Carchi en 2021 cosechó 1.580 hectáreas (ha) de aguacate que produjeron 4.910 Tn con un rendimiento de 3,11 Tn/ha y 1.005 hectáreas de cebolla cuya producción fue de 14.540 Tn y un rendimiento de 14,47 Tn/ha, los niveles de exportación en este año fueron de 425 Tn de aguacate siendo la segunda provincia con mayor volumen exportado y primera en relación con la cebolla al exportar 1.600 Tn.

La provincia del Carchi cuenta con los niveles de producción del aguacate y la cebolla para mantener la oferta exportable adecuada que pueda surtir a mercados como el neerlandés y estadounidense, además, si se registran exportaciones de estos bienes desde la provincia fronteriza especialmente de aguacate que ha ganado alto protagonismo en el mercado europeo principalmente donde se conoce la calidad del producto ecuatoriano, pero persiste la problemática que la mayoría de productos carchenses se destinan al mercado de Colombia dadas las condiciones de cercanía, menor costo, tiempo, requerimientos mínimos de calidad, menores riesgos, entre otros, que hacen que los productores y exportadores no opten por otros mercados con mayor potencial pero con barreras especialmente no arancelarias que el exportador no está dispuesto a cumplir dadas la dificultad y el costo que implican.

La competitividad del Ecuador fue baja considerando que países de la región como Perú y Colombia tienen acaparado el mercado tanto del aguacate en Países Bajos y de la cebolla en Estados Unidos, el país ocupó la posición 30 en el ranking de proveedores de aguacate al mercado neerlandés y la posición 13 en cuanto a los proveedores de cebolla al mercado estadounidense, la tasa de crecimiento fue positiva para ambos casos pues dentro de los años analizados los volúmenes exportados fueron aumentados, pese a ello la cuota de mercado o porcentaje de participación fue mínimo con 0.50% y 0.01% respectivamente pues estos productos no han logrado mantenerse de forma recurrente en los mercados analizados.

La ventaja comparativa existente no está siendo aprovechada efectivamente pues con la aplicación del IVCR para los dos principales competidores del Ecuador en los mercados objetivos, los resultados obtenidos no fueron alentadores y aunque no existe desventaja competitiva aún hay rezago por parte de productos como el aguacate y la cebolla en cuanto a niveles de competitividad adecuados, durante los años de inicio y desarrollo de la pandemia Covid 19 el país obtuvo un IVCR de 0.37 y 0.35 en Países Bajos y en Estados Unidos de 0.23 y 0.40, mostrando que es incipiente la competitividad de estos productos pues apenas se está iniciando a ganar reconocimiento en los mercados mencionados. Incluso con la aplicación del índice de Grubel-Lloyd se evidenció que para la mejora de la competitividad de la oferta exportable ecuatoriana es necesario aprovechar las ventajas comparativas existentes a fin de mejorar los niveles de participación en crecimiento.

El indicador de competitividad de Fajnzylber evidenció que la oferta exportable ecuatoriana de aguacate y cebolla mantiene buen posicionamiento (tasa de crecimiento) en los mercados analizados pero la eficiencia (% de participación) aún es limitada, para el mercado de Países Bajos mantuvo un posicionamiento de 36% y eficiencia de 0.50% y en Estados Unidos 5% en posicionamiento y 0.01% de eficiencia, esto desencadenó dos situaciones competitivas del país donde está saliendo del cuadrante de oportunidades perdidas a un cuadrante óptimo para los dos casos; fue claro que el mayor inconveniente de sector exportador de aguacate y cebolla es la limitada eficiencia pues aunque se llega al mercado internacional con estos productos los recursos destinados para este fin están siendo mal utilizados.

Entre los entes públicos y privados del sector productor y exportador de la provincia del Carchi existen discrepancias pues los primeros responsabilizan a los productores y empresas

mencionado que el mejoramiento de las condiciones actuales depende de ellos mismo y que el Estado es solo un facilitador de los procesos, pero a la vez, el sector privado recalca que el apoyo gubernamental es fundamental para el desarrollo y dinamismo comercial pues estos son quien cuentan con los recursos adecuados para impartir un control y asesoramiento continuo desde el cultivo hasta la venta en el mercado internacional y que hasta el momento han recibido apoyo mínimo o incluso ninguno pues instan más las condiciones burocráticas que la búsqueda del bienestar colectivo.

Aunque al parecer la crisis sanitaria mundial por el coronavirus está siendo controlada con la administración de las vacunas que crean una respuesta de “alta inmunidad” en la población, no significa que el peligro de contagio no persista, pues así como se controla las nuevas variantes de este virus, a la par se evidencia el surgimiento de otras que en cualquier momento pueden poner el sistema de salud en jaque dada gran capacidad de transmisibilidad y mutación del virus. Por ello, los entes de control y cuidado de la salud exigen que todas las personas continúen cuidando de su salud mediante el uso de las medidas de bioseguridad ya conocidas e inviertan a la vez en una alimentación saludable y orientada a reforzar el sistema inmunológico que trae consigo variedad de beneficios, es claro entonces que el consumo de productos agrícolas como los analizados y similares seguirán manteniendo una demanda en crecimiento, por lo que se requerirá una oferta exportable continua de estos y tanto el país como específicamente la provincia del Carchi pueden aprovechar estas oportunidades en el mercado internacional, donde pueden ir mejorando los niveles de competitividad existente.

5.2. RECOMENDACIONES

Es clave que dentro del sector agroexportador tanto nacional así como de la provincia del Carchi se canalicen mejor los recursos existentes para potencializar la oferta de bienes no tradicionales de alto valor en el mercado internacional tales como frutas, verduras y hortalizas, sobre todo en el nuevo contexto de la pandemia Covi-19 ya que se puede aprovechar las nuevas tendencias de consumo que en la mayoría de casos se orientan al cuidado de la salud y el bienestar de la población.

Los productos agrícolas como el aguacate y la cebolla cultivados específicamente en la provincia del Carchi pueden ofertarse a nivel internacional y lograr competir como bienes que refuerzan el sistema inmunológico, siempre y cuando se cumpla con las condiciones necesarias para el ingreso, considerando la rigurosidad de los mercados objetivos es fundamental que desde la producción hasta la entrega al consumidor se trabaje en la mejora de los procesos y en búsqueda de la calidad, eficiencia, entre otros y así, se asegura el éxito del productor o exportador que en la mayoría de casos se limita por temor al fracaso.

Las entidades gubernamentales pertinentes deben brindar asesoramiento continuo a todos los partícipes del sector agrícola, desde el proceso de cultivo, producción y distribución de un bien determinado, para así garantizar que se surta al mercado internacional productos con alta calidad, inocuidad, competitivos y que cumplan con los requerimientos y estándares exigidos por el consumidor.

Al exportar un bien al mercado internacional se debe asegurar que exista la oferta exportable adecuada para continuar cubriendo la demanda requerida de manera recurrente y sobre todo con eficiencia que es una de las metas más difíciles de alcanzar para las MiPymes y exportadores individuales, por ello deben trabajar en el mejoramiento de los procesos de cultivo, producción, empaque, distribución nacional e internacional, tramitación y documentación para la exportación entre otros aspectos con miras a mejorar o simplificar estos procesos y obtener mayor diversificación de los mercados objetivos.

Tanto los productores, exportadores y MiPymes del sector agrícola deben optar por alcanzar certificaciones nacionales e internacionales con relación al proceso productivo, calidad, inocuidad de productos, etiquetado y similares que les permitan mejorar la competitividad de la oferta exportable existente, garantizando la entrada a mercados internacionales con mayor confiabilidad.

Los productores del sector agrícola deben considerar asociarse con otros y así contar con mayor capacidad de producción a la vez de optar por la exportación de sus bienes a diversos mercados, esto podría iniciar mediante alianzas estratégicas de empresas con mayor experiencia y de a poco ir independizándose, conociendo el mercado internacional y

mejorando los procesos tanto a nivel externo como interno, de esta forma se apoyaría al mejoramiento de la economía del sector y el nivel de vida de los participantes en este.

Para tener un panorama más claro del comportamiento del mercado a nivel internacional los involucrados del sector agroexportador deben hacer uso de las herramientas tecnológicas, realizando investigación e inteligencia de mercados mediante bases de datos como Trademap, Cobus Group, Banco Central del Ecuador, FAOSTAT, SIPA, PROECUADOR y similares que apoyan a los involucrados en el comercio internacional de mercancías o a la vez buscar asesoramiento de agentes aduanales, comercializadoras a nivel internacional y contar con personal capacitado en estas áreas a fin de lograr los objetivos de internacionalización de la oferta exportable existente.

El desarrollo del sector agroexportador tanto de la provincia del Carchi como del país en general depende del trabajo articulado entre los entes públicos y privados involucrados, por ello, los representantes de estos más que entrar en contradicciones o debates nada benéficos, deben realizar la parte que les corresponde y estar dispuestos a aportar de manera sustanciosa al progreso económico y social del sector, pues esto garantizará que para el caso se dinamice las exportaciones de bienes no tradicionales y con alto potencial de competitividad a nivel internacional, con lo que se obtendrá mayor reconocimiento de los productos ecuatorianos que han alcanzado gran protagonismo en el mercado internacional.

Es necesario que la academia aporte de manera sustancial a la potencialización de sectores como en el caso es el agrícola exportador de la Provincia del Carchi, pues esta cuenta con los recursos precisos para este fin, por lo que es clave que los nuevos profesionales se interrelacionen con los involucrados directos e indirectos y brinden asesoramiento continuo en el área comercial internacional y afines, pues como se evidenció el limitado conocimiento de los procesos en materia de comercio exterior están entre los principales problemas que aquejan a productores y exportadores, debido a esto y en la mayoría de casos se destinan los productos a un mercado local que no ofrece la rentabilidad adecuada para sostener la economía del sector a diferencia que si fuese posible un acercamiento con el mercado internacional que aunque es complejo en principio, augura mejores posibilidades para los partícipes de la actividad agrícola.

Los resultados obtenidos durante la investigación aportan a sustentar y poner en marcha el proyecto en cuestión o cualquiera de similares condiciones, pues considerado que la crisis sanitaria mundial es un tema relativamente nuevo se requiere de estudios previos que verifiquen la autenticidad de la información a utilizarse. Aquí, se evidenció que las tendencias de consumo de bienes agrícolas orientados a reforzar el sistema inmunológico seguirá manteniéndose debido a que la problemática del virus aún persiste y no se han presentado evidencias de que exista un final cercano para ello, las personas deben continuar con la forma de vida adoptada desde inicios de esta crisis y ser conscientes que la responsabilidad de mantener bajo control la propagación del virus va de la mano con el trabajo articulado de todos los involucrados.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Actualfruveg, (2021). *Tendencias de consumo en USA para 2021*. Obtenido de <https://actualfruveg.com/2021/01/17/tendencias-alimentarias-usa-2021/>

Alcolea, R. (2020). *Covid 19 - Alimentos para fortalecer el sistema inmunitario*. Obtenido de https://www.abc.es/bienestar/alimentacion/abci-covid-19-alimentos-para-fortalecer-sistema-inmunitario-202003171359_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F

Álvarez, O. (2015). *¿Qué es y cómo se mide la Competitividad?*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-y-como-se-mide-la-competitividad>

Asamblea Nacional Constituyente. (2008a). *Constitución de la República del Ecuador: Sección primera: Sistema económico y política económica Art. 284*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional Constituyente. (2008b). *Constitución de la República del Ecuador: Sección séptima: Política comercial Art. 304,306*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional Constituyente. (2008c). *Constitución de la República del Ecuador: Sección primera: Formas de organización de la producción y su gestión Art. 319*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional Constituyente. (2008d). *Constitución de la República del Ecuador: Sección quinta: Intercambios económicos y comercio justo Art. 336, 337*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional Constituyente. (2008e). *Constitución de la República del Ecuador: Capítulo Primero: Principios de las relaciones internacionales Art. 416*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional Constituyente. (2008f). *Constitución de la República del Ecuador: Capítulo Primero: Principios de las relaciones internacionales Art. 416*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Bancayan, P. (2016). *Definición Nueva Teoría del Comercio Internacional - Paul Krugman*. Obtenido de https://www.academia.edu/28272540/Nuevas_teorias_del_comercio_internacional

Banco Mundial. (2020). *Acceso abierto y gratuito a datos sobre el desarrollo de los países del mundo*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>

BCE. (2020). *Participación porcentual de los principales productos de exportación: Información Estadística Mensual No. 2021 - Julio 2020*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

BCE. (2021). *Reporte de Coyuntura – Sector Agropecuario 2021*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc202101.pdf>

Cabay, V. (2016a). *Estudio de la Producción de Aguacate de la Parroquia San Miguel de Perucho como Oferta Exportable*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/11522/T-ESPE-049499.pdf?sequence=&isAllowed=y>

Cabay, V. (2016b). *Capacidades de una oferta exportable viable*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/11522/T-ESPE-049499.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Campaña, I. (2019). *Análisis del Ecuador en el índice de competitividad global*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/articulo/200822>

Carollo, C. (2016). *Regresión lineal: mínimos cuadrados*. Obtenido de http://eio.usc.es/eipc1/BASE/BASEMASTER/FORMULARIOS-PHP-DPTO/MATERIALES/Mat_50140116_Regr_%20simple_2011_12.pdf

Castro, G. (2019a). *Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/>

123456789/718/1/442%20An%c3%a1lisis%20de%20la%20oferta%20exportable%20ecuato
riana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%20en%20base%20al%20acuerdo%20de%
20complementaci%c3%b3n.pdf

Castro, G. (2019b). *La competitividad de la oferta exportable del Ecuador*. Obtenido de
[http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%c3%a1lisis%20de%
20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%
20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementaci%c3%b3n.pdf](http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%c3%a1lisis%20de%20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementaci%c3%b3n.pdf)

Castro, G. (2019c). *Importancia de la competitividad internacional*. Obtenido de
[http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%c3%a1lisis%20de%
20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%
20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementaci%c3%b3n.pdf](http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%c3%a1lisis%20de%20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementaci%c3%b3n.pdf)

Cerda, N. (2016). COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS NO
TRADICIONALES 2009-2013. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias
Económicas Abriendo Camino al Conocimiento. REICE*. 3(5). pp. 51-78.

CobusGroup. (2020). *Exportaciones de productos agrícolas del Ecuador periodo 2017 a
2020*. Obtenido de <https://www.cobusgroup.com>

Comité de Comercio Exterior. (2017). *Nomenclatura de designación y codificación de
mercancías del Ecuador*. Obtenido de <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>

Consejo Provincial del Carchi. (2017). *Sobre el Carchi*. Obtenido de
<https://datosabiertos.carchi.gob.ec/>

COPCI. (2018a). *Capítulo I: De las inversiones productivas Art. 13*. Obtenido de
<https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp/content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

COPCI. (2018b). *TITULO IV: Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones Art. 93*.
Obtenido de [https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp/content/uploads/downloads
/2018/11/COPCI.pdf](https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp/content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf)

COPCI. (2018c). *Título II: De la facilitación aduanera para el comercio, De lo sustantivo
aduanero Art. 104*. Obtenido de [https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp/content/
uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf](https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp/content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf)

COPCI. (2018d). *Sección II: Regímenes de Exportación Art. 154*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp/content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Data Commons. (2021). *Población de Nuevo México – Estados Unidos*. Obtenido de <https://datacommons.org/place/country/USA?hl=es>

Datosmacro. (2019). *Índice de competitividad del Ecuador – 2019*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador>

Datosmacro. (2021). *Economía y datos de los países*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises>

Domínguez, I. (2020). *Estudio y análisis de los hábitos alimentarios durante COVID-19*. Obtenido de <https://blogs.funiber.org/salud-y-nutricion/2020/05/22/funiber-estudio-alimentos-habitos>

El Universo. (2019). *Ecuador baja 4 puntos en reporte de competitividad*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/09/nota/7683033/ecuador-baja-4-puntos-reporte-competitividad>

Eurostat. (2021). *Población de Utrecht – Países Bajos*. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/departments/eurostat-european-statistics_es

FAO. (2019). *Red internacional de sistemas de datos sobre alimentos*. Obtenido de <http://www.fao.org/infoods/infoods/es/>

FAO. (2015). *Producción agrícola mundial*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/y3557s/y3557s03.htm>

Finanzas y Economía. (2020). *La Globalización*. Obtenido de <https://www.finanzas.com/concepto-de-globalizacion#:~:text=La%20globalizaci%C3%B3n%20puede%20entenderse%20de,que%20sobrepasa%20las%20fronteras%20nacionales%E2%80%9D>

Flamenco, H., Melendéz, M., y Portillo, A. (2015a). *Método deductivo de la investigación científica*. Obtenido de <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6710/5/372.86-A973t-Capitulo%20IV.pdf>

Flamenco, H., Melendéz, M., y Portillo, A. (2015b). *Método inductivo de la investigación científica*. Obtenido de <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6710/5/372.86-A973t-Capitulo%20IV.pdf>

Google Trends. (2021). *Consumo de aguacate en Países Bajos y de cebolla en Estados Unidos*. Obtenido de <https://trends.google.es/trends/?geo=EC>

Gómez, L., Parra, M., Lucumi, D., Bermúdez, L., Calderón, A., Mantilla, J., y Mora-Plazas, M. (2020). Relevancia de las acciones políticas dirigidas a garantizar una alimentación saludable y suficiente en el contexto de la actual pandemia de COVID-19. *Revista de Investigación Educativa – ResearchGate*. pp. 3-10. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/341272577_Relevancia_de_las_acciones_politicas_dirigidas_a_garantizar_una_alimentacion_saludable_y_suficiente_en_el_contexto_de_la_actual_pandemia_de_COVID-19

Gómez, M. (2010a). *Definición Teoría de la Ventaja Competitiva de las Naciones de Michael Porter*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/gchmf/anexo1.pdf>

Gómez, M. (2010b). *Breve Recuento de las Teorías de Comercio Internacional*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/gchmf/anexo1.pdf>

González, R. (2016). *Definición Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo*. Obtenido de <http://vonhumboldt.org/paper/Blanco%20-%20resumen%20teorias%20comercio%20internacional.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

ICEX, (2018). *Países Bajos, Vocación comercial*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-elexportador/mundo/REP2018789866.html>

Importacol. (2021). *Ficha técnica del aguacate de exportación*. Obtenido de <https://b2bmarketplace.procolombia.co/sites/default/files/products/ft-aguacate-hass.pdf>

INDEXMUNDI. (2020). *Estadísticas económicas y demográficas de los países del mundo*. Obtenido de <https://www.indexmundi.com/>

INIAP, (2021). *Aguacate*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/raguacate>

López, K. (2017). *Oportunidades para el sector agrícola en el mercado europeo: Holanda*. Obtenido de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Oportunidades%20Holanda.pdf>

López, P. (2015a). *Definición de la población*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>

MAPFRE, (2020). *Consumo de alimentos durante la pandemia Covid 19*. Obtenido de <https://www.mapfre.com/habitos-saludables-consumo/>

Mejía, T. (2019). *La entrevista estructurada*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/entrevista-de-investigacion/>

MINCETUR. (2015). *Definición de la oferta exportable*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pece_x/herramientas/MinceturLibro2014.pdf

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). *Acuerdo comerciales vigentes del Ecuador*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

Observatorio de competitividad. (2019). *Los 12 pilares de competitividad*. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2014/09/Reporte-Global-de-Competitividad-14-15.pdf>

OMC. (2016). *Acuerdo sobre la Agricultura de la Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/agric_agreement_series_3_s.pdf

OMS. (2020). *Rueda de prensa sobre el Covid 19 celebrada el 11 de Marzo de 2020*. Obtenido de <https://www.who.int/es/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

ONUSIDA. (2019). *El Programa Mundial de Alimentos*. Obtenido de <https://www.unaids.org/es/aboutunaid/unaidscosponsors/wfp>

Orozco, M. (2020). *Nutrientes para sistema inmunológico, lo más demandado en la primera rueda de negocios virtual de Corpei*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/productos-sistema-inmunologico-corpei-ecuador.html>

PMA. (2020). *Estrategia Corporativa del Programa Mundial de Alimentos*. Obtenido de <https://es.wfp.org/estrategia-corporativa>

PROEcuador. (2020), *Oferta exportable del sector agroindustrial*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>

Quintero, J., Omaña, M., y Ramírez, L. (2020). Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (*Fragaria spp.*) mexicana. *Revista de Desarrollo Económico*. 7 (24). pp. 13 - 19.

Ramos, R. (2016). *Definición de competitividad internacional*. Obtenido de <http://www.visionadministrativa.info/biblioteca/admon/lecturasvarias/competitividadnaciones.pdf>

Roldán, P. (2018). *Definición de competitividad*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

Santander Trade, (2021). Estados Unidos, perfil del consumidor. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>

Santander Trade. (2020). *Análisis y estadísticas de mercados internacionales*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados>

Schwab, K. (2019). *Global Competitiveness Index 4.0 2019 edition - Ecuador 90th/141*. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

SEPS. (2018). *Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

Senplades. (2017). *Eje 2: Economía al servicio de la sociedad - Objetivo 5*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>

SICE. (2020). *Acuerdo de la OMC sobre la Agricultura*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/dictionary/AG_s.asp

SIPA. (2021). *Cifras agroproductivas nacionales del Ecuador*. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

The Global Economic. *Indicadores de negocios y economía de los países del mundo*. Obtenido de <https://es.theglobaleconomy.com/>

Trademap. (2020). *Estadísticas de comercio exterior en base a las exportaciones e importaciones de productos agrícolas período 2016 a 2020*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Trejos, r. (2016). *Comercio de productos agroalimentarios a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/920714.concentran-10-paises-el-comercio-agricola.html>

UCEMA. (2016). *La Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de <https://ucema.edu.ar/8/ddp/organismos-internacionales>

Verdugo, N., y Andrade, V. (2018). *Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 –2017*. *Revista X-Pedientes Económicos*. 2 (3). pp. 84-102.

Villafuerte, J., Franco, O., y Luzardo, L. (2016). *Competencia y competitividad en la gestión de organizaciones agrícolas en Ecuador: el caso de los productores de Manabí y Esmeraldas*. *ReHuSo Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*. 1(2). pp. 57-74.

World Bank. (2020). *¿Cómo la nutrición puede proteger la salud de las personas durante la COVID-19 (coronavirus)?*. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/voices/como-la-nutricion-puede-protger-la-salud-de-las-personas-durante-la-covid-19-coronavirus>

V. ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: TAYAN JUMA EVELIN NATALY
NIVEL/PARALELO: EGRESADA
CÉDULA DE IDENTIDAD: 1003803911
PERIODO ACADÉMICO: 2021 B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid 19"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
LECTOR: MSC. RUIZ RIVADENEIRA GERMAN GEORING
ASESOR: MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 105
FECHA: miércoles, 27 de abril de 2022
HORA: 09H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6,65
2) Trabajo escrito 2,85
Nota final de PRE DEFENSA 9,50

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el miércoles, 27 de abril de 2022

MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
PRESIDENTE

MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
TUTOR

MSC. RUIZ RIVADENEIRA GERMAN GEORING
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN RESUMEN AL INGLÉS

CONSTANCIA:

Yo, EVELYN LORENA BUSTOS MOLINA, portadora de la cédula de ciudadanía 0401708045; Magister en Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros Mención en Inglés; certifico la traducción al idioma Inglés del resumen de tesis sobre: **OFERTA EXPORTABLE PARA PRODUCTOS AGRÍCOLAS QUE REFUERZAN EL SISTEMA INMUNOLÓGICO Y SU COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DEBIDO A LA PANDEMIA COVID 19**; perteneciente al señor(a): **Evelin Nataly Tayán Juma** con cédula de ciudadanía N° 1003803911, estudiante de la Carrera de Comercio Exterior en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Atentamente,



Bustos Molina Evelyn Lorena, MSc.
C.I 0401708045
DOCENTE DE INGLÉS
REGISTRO SENESCYT 1015-2021-2283645

Tulcán, 12 de mayo de 2022.

Cel: 0968599992
evelore17@hotmail.com



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Evelin Nataly Tayán Juma				
DATE: 12 de mayo de 2022				
TOPIC: “: OFERTA EXPORTABLE PARA PRODUCTOS AGRÍCOLAS QUE REFUERZAN EL SISTEMA INMUNOLÓGICO Y SU COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DEBIDO A LA PANDEMIA COVID 19”				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Evelin Nataly Tayán Juma

Fecha de recepción del abstract: 12 de mayo de 2022

Fecha de entrega del informe: 12 de mayo de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente




Firmado electrónicamente por:

EDISON BOANERGES PENAFIEL
ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN


Anexo 3: Fichas bibliográfica - documental y de datos secundarios

Tabla 107: Ficha 001 - Trademap

	
Numero de ficha	001
Nombre de la página web	Trade Map – International Trade Centre
Dirección del sitio web	https://www.trademap.org/Index
Para que sirve	<p>Es una herramienta para el análisis de mercados internacionales que abarca a 5300 productos provenientes de 220 países, desarrollada por el Centro de Comercio Internacional (ITC) en colaboración con las Naciones Unidas y la Organización Mundial de Comercio. Proporciona estadísticas de comercio exterior a través de gráficos, tablas y mapas, enfatizando en indicadores de desempeño de exportación, importación, demanda, oferta, mercados competitivos, alternativos y el directorio de las principales empresas participantes en el ámbito comercial.</p>
Preguntas por investigar	<ul style="list-style-type: none"> *¿Cuál es la demanda a nivel mundial de los 5 productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico? *¿Cuáles son los valores monetarios y volúmenes de los 5 productos agrícolas en datos históricos y proyecciones? *¿Cuáles son los potenciales mercados con mayor demanda para los productos agrícolas? *¿Cuáles de los 5 los productos agrícolas poseen mayor demanda en el mercado internacional? *¿Qué producto agrícola obtuvo la mayor tasa de crecimiento en el periodo analizado? *¿Existe déficit de consumo del aguacate en Países Bajos y de la cebolla en Estados Unidos? *¿Qué criterios se analizaron para la selección de los 2 productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico? *¿Se presenta consumo del aguacate en Países Bajos y de la cebolla en Estados Unidos de acuerdo con el indicador de CNA? *¿A que mercados está dirigida la exportación de aguacate y cebolla? *¿Qué mercados se encuentran en el top 10 de importadores de aguacate y cebolla a nivel mundial? *¿Qué países se encuentran en el top 10 de exportadores (proveedores) de aguacate y cebolla a nivel mundial? *¿Cuáles son los 3 países que componen el diagnostico de oportunidades del mercado tanto para el aguacate como para la cebolla? *¿Cómo está compuesto el ranking de países exportadores de aguacate hacia Países Bajos? *¿Cómo está puesto el ranking de países exportadores de cebolla hacia Estados Unidos? *¿Qué posición ocupa el Ecuador en el ranking de competidores en los mercados seleccionados? *¿Cuál es la tasa de crecimiento y la participación de las exportaciones ecuatorianas en estos mercados? *¿Cuáles son los competidores potenciales de la región en los mercados seleccionados?


Fuente: Trademap, 2021

Tabla 108: Ficha 002 - CobusGroup

	
Numero de ficha	002
Nombre de la página web	Cobus Group
Dirección del sitio web	https://www.cobusgroup.com
Para que sirve	<p>Es una plataforma que ofrece información puntual sobre inteligencia de mercados internacionales para Latinoamérica y el mundo, contiene datos sobre importaciones y exportaciones de 40 países aproximadamente y registra las operaciones realizadas por cada empresa del medio de acuerdo con el producto analizado, maneja bases de datos que facilitan la interpretación de resultados, ayuda a controlar la competencia, identifica la existencia de nuevos o potenciales clientes, lo que se traduce en eficiencia para las empresas que optan por la internacionalización.</p>
Preguntas por investigar	<p>¿Cómo se desarrollan las exportaciones ecuatorianas de los 5 productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico?</p> <p>¿Cuáles son los valores monetarios y volúmenes de los 5 productos agrícolas exportados desde Ecuador?</p> <p>¿Qué % de participación y tasa de crecimiento obtuvo la provincia del Carchi dentro de las exportaciones de los 5 productos agrícolas?</p> <p>¿Cómo se desarrollan las exportaciones de los 2 productos agrícolas a nivel nacional, de la provincia del Carchi?</p> <p>¿Cuál será el comportamiento de las exportaciones de los 2 productos agrícolas desde la provincia del Carchi de acuerdo con las proyecciones?</p> <p>¿Qué criterios se analizaron para la selección de los 2 productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico?</p> <p>¿Cuáles son los 2 productos agrícolas exportados desde la provincia del Carchi destinados a reforzar el sistema inmunológico?</p>


Fuente: Cobus Group, 2021

Tabla 109: Ficha 003 - SIPA

	
Numero de ficha	003
Nombre de la página web	Sistema de Información Pública Agropecuaria del Ecuador - SIPA
Dirección del sitio web	http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php
Para que sirve	Es un servicio del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería) (Ministerio de Agricultura y Ganadería) que brinda datos estadísticos y geográficos sobre el sector agropecuarios nacional, a fin de apoyar a la parte científica y a la vez exponer a los interesados a situación del agro nacional. Dirigida a productores, empresas, exportadores y demás agentes económicos difundiendo indicadores como precios, comercio exterior, cifras agro-productivas, superficie y rendimiento de cultivos, entre otras que apoyen a los involucrados en este sector que es clave para la economía nacional.
Preguntas por investigar	¿Cuál es la producción nacional de los 2 productos agrícolas seleccionados con sus respectivas proyecciones? ¿Cuál es la producción de la provincia del Carchi de los 2 productos agrícolas seleccionados con sus respectivas proyecciones?

Fuente: SIPA, 2021

Tabla 110: Ficha 004 - COMEX

	
Numero de ficha	004
Nombre de la página web	Comité de Comercio Exterior - COMEX
Dirección del sitio web	https://www.produccion.gob.ec/comex/
Para que sirve	Es un organismo del Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca encargado de las políticas públicas del país en lo referente a política comercial, regulando todas las cuestiones en esta materia y los procesos intersectoriales del ámbito nacional público. Se toma en cuenta la Resolución N° 020-2017 que dispone la NOMENCLATURA DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCIAS DEL ECUADOR o arancel nacional para el intercambio comercial de mercancías.
Preguntas por investigar	¿Qué subpartidas arancelarias identifican a los 5 productos agrícolas principales que refuerzan el sistema inmunológico?

Fuente: COMEX, 2021

Tabla 111: Ficha 005 - INDEXMUNDI



Numero de ficha	005
Nombre de la página web	INDEXMUNDI
Dirección del sitio web	https://www.indexmundi.com/
Para que sirve	Es un portal informático que recopila estadísticas de índole social, político, económica, geográfica, gubernamental, transporte, telecomunicaciones, educación, comercio nacional e internacional y similares sobre los países del mundo, procesa la información de manera dinámica a través de gráficos, mapas y tablas que facilitando al usuario la comprensión y la extracción de estos datos de manera rápida y precisa.
Preguntas por investigar	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla? De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?

Fuente: INDEXMUNDI, 2021

Tabla 112: Ficha 006 - Datosmacro



Numero de ficha	006
Nombre de la página web	Datosmacro
Dirección del sitio web	https://datosmacro.expansion.com/
Para que sirve	Se centra en ofrecer a los interesados información sobre variables del entorno económico y sociodemográficos de más de 180 de países del mundo, permitiendo tener una visión precisa de la situación por la que atraviesa una nación determinado. Las fuentes en las que se basa la información de este portal son precisamente los entes oficiales de cada país o zona específica analizada, garantizando la veracidad de la información proporcionada.
Preguntas por investigar	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla? De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?

Fuente: Datosmacro, 2021

Tabla 113: Ficha 007 - Banco Mundial



Numero de ficha	007
Nombre de la página web	Banco Mundial/ World Bank
Dirección del sitio web	https://datos.bancomundial.org/
Para que sirve	Maneja una base de datos y estadísticas de indicadores de desarrollo mundial (IDM) que incluyen a la agricultura y desarrollo rural, cambio climático, ciencia y tecnología, comercio internacional, desarrollo social y urbano, economía y crecimiento, educación, infraestructura, eficacia de la ayuda y similares que son recopilados de fuentes de carácter internacional, regional y nacional, estos aportan a la obtención de información validada a utilizarse en proyectos e investigaciones de toda índole.
Preguntas por investigar	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla? De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?

Fuente: Banco Mundial, 2021


Tabla 114: Ficha 008 - The Global Economic



Numero de ficha	008
Nombre de la página web	The Global Economic
Dirección del sitio web	https://www.theglobaleconomy.com/
Para que sirve	Se presenta como una base de datos para apoyar a investigadores, empresarios, academia e inversionistas que requieren de datos fiables sobre la economía y negociación en países extranjeros, cuenta con más de 500 indicadores para aproximadamente 200 países del mundo desde el año 1960 hasta la actualidad. La información es actualizada apenas se publican en las páginas de fuente principal lo que garantiza la utilidad de los datos propuestos, aparte de utilizar los bancos centrales de los países como informantes también trabaja con datos del Banco Mundial, Organización de las Naciones Unidas, Fondo Monetario Internacional e instituciones similares que aporten a brindar al usuario la mayor claridad de datos de forma oportuna y veraz.
Preguntas por investigar	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla? De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?


Fuente: The Global Economic, 2021

Tabla 115: Ficha 009 - MAcMap

	
Numero de ficha	009
Nombre de la página web	Market Access Map - Macmap
Dirección del sitio web	. https://www.macmap.org/es
Para que sirve	Es una herramienta del Centro de Comercio Internacional (ITC) que brinda información sobre aranceles aduaneros, medidas comerciales correctivas, medidas no arancelarias a nivel general y por país, gracias a ello se puede identificar las barreras arancelarias, no arancelarias y preferenciales aplicadas por un mercado específico a todos los países, dependiendo de la clasificación arancelaria del producto
Preguntas por investigar	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla? De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?

Fuente: MAcMap, 2021

Tabla 116: Ficha 010 - MCEIP

	
Numero de ficha	010
Nombre de la página web	Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca
Dirección del sitio web	https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales-2/
Para que sirve	En cargado del fomento y la inserción de forma estratégica del Ecuador en el comercio internacional teniendo como base el desarrollo productivo de los sectores estratégicos que son base de la economía nacional, se enfoca en mejorar los niveles de la competitividad con el desarrollo de las cadenas de valor y las atracción de inversiones al país. para el caso brinda información sobre los diferentes acuerdos comerciales vigentes del Ecuador con el mundo.
Preguntas por investigar	¿Cuáles son indicadores sociales, políticos y económicos de los 3 países seleccionados como mercados potenciales tanto para el aguacate y la cebolla? De acuerdo con el Análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM. ¿Qué país es un mercado idóneo para potencializar la oferta exportable del aguacate y la cebolla?

Fuente: MCEIP, 2021

Tabla 117: Ficha 011 - Google Trends

	
Numero de ficha	011
Nombre de la página web	Google Trends
Dirección del sitio web	https://trends.google.es/trends/?geo=EC
Para que sirve	Conocido como buscador de tendencias de Google, es una herramienta que muestra de acuerdo con el requerimiento el termino más buscado en relación con un tema puntual en un país o región específico casi en tiempo real, la información se presenta en forma dinámica través de estadísticas en gráficos y mapas. Es muy útil para conocer las tendencias de consumo y los intereses actuales de la población en cualquier parte del mundo y de esta forma adaptar d ser el caso el bien o servicio a ofertar, esta herramienta es muy popular en marketing digital.
Preguntas por investigar	¿Cuáles son los segmentos específicos en los mercados de Países Bajos y Estados Unidos para dirigir la oferta exportable del aguacate y la cebolla?

Fuente: Google Trends, 2021

Tabla 118: Ficha 012 -Santander Trade

	
Numero de ficha	012
Nombre de la página web	Santander Trade
Dirección del sitio web	https://santandertrade.com/es
Para que sirve	Es un portal de apoyo a las empresas para que mantengan una interconexión con los mercado internacionales, brindando información sobre análisis de mercado en base a mercados potenciales, flujos de importación y exportación, informes de mercado, perfil económico, político y comercial de más de 170 economías globales, alertas sectoriales, tendencias de consumo y similares que ayudan a la expansión global de las unidades económicas pues cuentan con información verídica para identificar si es o no aconsejable insertarse en determinado mercado.
Preguntas por investigar	¿Qué tendencias de consumo presentan estos segmentos del mercado? ¿Cuál es el perfil del consumidor estadounidense y neerlandés? ¿Qué población tiene en segmento de mercado de Estados Unidos y cómo será el comportamiento de las proyecciones a futuro?

Fuente: Santander Trade, 2021

Tabla 119: Ficha 013 - EUROSTAT

	
Numero de ficha	013
Nombre de la página web	Oficina Europea de Estadísticas - EUROSTAT
Dirección del sitio web	https://ec.europa.eu/eurostat
Para que sirve	Forma parte de la Comisión Europea y se encarga de producir datos estadísticos con relación a la Unión Europea (UE), promoviendo la armonización total de la metodología de obtención de información estadística en los países miembros de este bloque económico. Muestra datos sobre economía, agricultura y ambiente, sociedad y las empresas de la UE que permite conocer puntualmente como se desarrolla cada país miembro y a la vez realizar comparativos con otras regiones.
Preguntas por investigar	¿Qué población tienen estos segmentos del mercado y cómo será el comportamiento de las proyecciones a futuro?
Fuente: EUROSTAT, 2021	

Tabla 120: Ficha 014 - Documento bibliográfico



	
Numero de ficha	014
Nombre de la página web	Documento bibliográfico: Corea del Sur–América Latina: Relación comercial e inversión
Dirección del sitio web	https://www.researchgate.net/publication/341496018_Corea_del_Sur-America_Latina_Relacion_comercial_e_inversion_hangug-latin-amelika_muyeoggwa_tuja_gwangye_South_Korea-Latin_America_Trade_and_investment_relationship
Para que sirve	A fin de conocer el impacto de la relación comercial del país asiático con Latinoamérica, se destacan entre otros aspectos una metodología aplicada en este documento donde se encuentran los indicadores de medición de competitividad internacional con el IVCR (Índice de la ventaja comparativa revelada), en base a ellos los autores evalúan la dinámica comercial entre estas naciones, determinando cual es la situación actual y si el vincularse con en negociaciones con Corea del Sur es convenientes para la región de América Latina.
Preguntas por investigar	<p>¿Cuál es el IVCR en Países Bajos en relación con las exportaciones de aguacate desde el Ecuador?</p> <p>¿Cuál es el IVCR en Estados Unidos en relación con las exportaciones de cebolla desde el Ecuador?</p> <p>¿Existe competitividad por parte de los productos exportados a los mercados seleccionados?</p> <p>¿Cuál es el comportamiento de la tendencia el IVCR del Ecuador en relación con sus principales competidores en los mercados de destino?</p>
Fuente: Zerpa, Hurtado y Kim, 2020	

Tabla 121: Ficha 015 – SIGCI

	
Numero de ficha	015
Nombre de la página web	Sistema interactivo gráfico de comercio internacional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Dirección del sitio web	https://sgo-win12-we-e1.cepal.org/dcii/sigci/sigci.html
Para que sirve	La CEPAL (Comisión Económica para América Latina) ofrece a los usuarios un sistema interactivo en base a gráficos sobre el comercio internacional con información del el intercambio comercial de países de Latinoamérica y el Caribe, Europa y de Asia-Pacífico, aportando datos significativos sobre indicadores como la intensidad importadora y exportadora, balanza comercial, índices de similaridad, índices de concentración, índice de Grubel-Lloyd, Índice de Balassa, intensidad tecnológica y similares que apoyan a la selección y reconocimiento de las condiciones de los países incluidos dentro de las zonas ya referidas con anterioridad.
Preguntas por investigar	<p>¿Qué tipo de comercio se realiza entre Ecuador y Países Bajos de acuerdo con el IGL?</p> <p>¿Qué tipo de comercio se realiza entre Ecuador y Estados Unidos de acuerdo con el IGL?</p> <p>¿En qué teoría del comercio internacional debe apoyarse el Ecuador para mejorar los niveles de competitividad de los mercados de destino para el aguacate y la cebolla?</p> <p>¿Por qué tipo de situación competitiva está pasando las exportaciones de aguacate en el mercado de Países Bajos?</p> <p>¿Por qué tipo de situación competitiva está pasando las exportaciones de cebolla en el mercado de Estados Unidos?</p> <p>¿Qué países de la región se encuentran como competidores potenciales del país en los mercados de destino en cuanto a las exportaciones de los 2 productos agrícolas?</p> <p>¿Presentan posicionamiento y eficiencia las exportaciones de los 2 productos agrícolas en los mercados de destino seleccionados?</p>

Fuente: SGICI, 2021

Anexo 4: Guion de las entrevistas realizadas

Guion de la entrevista 001

	
<p>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR</p>	
<p>ENTREVISTA A EXPERTOS</p>	
<p>Datos del entrevistado</p>	
<p>Institución: <i>Prof. Privada.</i></p>	
<p>Representante: <i>Oscar Parra</i></p>	
<p>Cargo: <i>Especialista Finanzas</i></p>	
<p>Lugar y fecha: <i>23/07/2022</i></p>	
<p>Objetivo</p>	
<ul style="list-style-type: none">• Determinar los aspectos relevantes en relación con el sector agrícola de la provincia del Carchi con enfoque a la oferta exportable del aguacate y la cebolla y evaluar la competitividad internacional de estos en el contexto de la pandemia Covid-19	
<p>La información proporcionada será de uso exclusivo de la investigación en curso y no para otros fines.</p>	
<ol style="list-style-type: none">1) ¿Cómo se ha desarrollado el sector de las exportaciones del aguacate y la cebolla de la provincia del Carchi en el contexto de la pandemia Covid-19?2) ¿Considera que el aguacate que es procedente de la provincia del Carchi cuenta con los requerimientos adecuados para exportarse?3) ¿Considera que la cebolla que es procedente de la provincia del Carchi cuenta con los requerimientos adecuados para exportarse?4) ¿Cuáles son las principales amenazas a las que se enfrenta el sector exportador carchense en relación con el aguacate y la cebolla?5) ¿Qué cambios son necesarios en el sector agrícola de los 2 productos mencionados para garantizar una oferta exportable continua?6) ¿Cuál ha sido el aporte de PROECUADOR para apoyar al sector exportador del aguacate y la cebolla de la provincia del Carchi?7) ¿Considera que el Ecuador posee competitividad en la exportación de aguacate y cebolla en relación con países de la región como Perú y Colombia?	
 Firma del entrevistado	



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL,
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENTREVISTA A EXPERTOS

Datos del entrevistado

Institución: Agrocalidad
Representante: Ing. Vladimir Cruz
Cargo: Técnico de Sembrar Vegetal
Lugar y fecha: Tulcan, 09 de Marzo de 2022

Objetivo

- Determinar los aspectos relevantes en relación con el sector agrícola de la provincia del Carchi con enfoque a la oferta exportable del aguacate y la cebolla y evaluar la competitividad internacional de estos en el contexto de la pandemia Covid-19

La información proporcionada será de uso exclusivo de la investigación en curso y no para otros fines.

- 1) ¿La provincia de Carchi cuenta con las condiciones óptimas para producción adecuada de aguacate y cebolla destinados a la exportación?
- 2) ¿Con los niveles de producción de aguacate y cebolla existentes en la provincia del Carchi se lograría competir en los mercados internacionales?
- 3) ¿Considera que los niveles de producción de aguacate y cebolla dentro de la provincia del Carchi tienen la posibilidad de aumentar y cuáles serían los factores determinantes para que esto suceda?
- 4) ¿Cuáles son los requisitos de control de que deben cumplir productos como el aguacate y la cebolla para exportarse?
- 5) ¿Cuáles son las amenazas potenciales a las que se enfrenta el sector productor de aguacate y cebolla de la provincia?
- 6) ¿Cuál ha sido el aporte de Agrocalidad al sector productor de aguacate y cebolla dentro de la provincia del Carchi?


Firma del/la entrevistado/a





UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



ENTREVISTA A EMPRESAS

Datos del entrevistado

Institución: Empresa Mues Frutos Ca. Ltda.

Representante: Tte. Paúl Enriquez

Cargo: Técnico de Laboratorio

Lugar y fecha: Mtra, 24-02-2022.

Objetivo

- Determinar los aspectos relevantes en relación con el sector agrícola de la provincia del Carchi con enfoque a la oferta exportable del aguacate y la cebolla y evaluar la competitividad internacional de estos en el contexto de la pandemia Covid-19

La información proporcionada será de uso exclusivo de la investigación en curso y no para otros fines.

- 1) ¿Las medidas de seguridad aplicadas debido a la pandemia Covid-19 afectaron a las exportaciones de productos como el aguacate?
- 2) ¿Qué acciones tomó la empresa para minimizar el impacto de la pandemia Covid-19 en relación con las exportaciones?
- 3) ¿Cuáles son las oportunidades que posee el aguacate para competir en el mercado internacional?
- 4) ¿El tipo de cambio o diferencial cambiario en el mercado internacional afecta al precio del aguacate exportado por la empresa?
- 5) ¿Qué aspectos considera que debe desarrollar el sector productor de aguacate de la provincia para aumentar la capacidad de exportación?
- 6) ¿A recibo apoyo gubernamental para reactivar y potenciar las exportaciones de este producto y de qué forma se ha realizado de ser el caso?
- 7) ¿Cuál es ha sido el impacto económico y social de la empresa en el sector productor de aguacate dentro de la provincia del Carchi?

Firma del/la entrevistado/a



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENTREVISTA A EMPRESAS

Datos del entrevistado

Institución: Export Import MILEVYA GA. LTDA.

Representante: Ing. Iván López

Cargo: Gerente General

Lugar y fecha: Tulcan, 21 de Febrero de 2022

Objetivo

- Determinar los aspectos relevantes en relación con el sector agrícola de la provincia del Carchi con enfoque a la oferta exportable del aguacate y la cebolla y evaluar la competitividad internacional de estos en el contexto de la pandemia Covid-19

La información proporcionada será de uso exclusivo de la investigación en curso y no para otros fines.

Variable oferta exportable

- 1) ¿Cuál es el panorama actual del sector de productos agrícolas de la provincia del Carchi destinados a la exportación?
- 2) Considera que la cebolla procedente de la provincia del Carchi cuenta con los requerimientos para exportarse?
- 3) Los niveles de producción de cebolla carchense a futuro podrían incrementar o disminuir y cuáles serían los motivos para que esto suceda?
- 4) La cebolla carchense tienen oportunidad de exportarse a mercados internacionales?
- 5) ¿Cuál o cuáles mercados considera que son los más favorables para exportar este producto?
- 6) Entidades como la Prefectura, Gobernación, GAD's, ProEcuador, Agrocalidad u afines apoyan al sector antes mencionado para potenciar la producción y oferta exportable? Y, ¿de qué forma lo hacen?
- 7)Cuáles son los principales problemas a los que se exponen los productores y exportadores de cebolla de la provincia?
- 8) Que cambios son necesarios en el sector agrícola carchense para mantener una adecuada oferta exportable de este producto?



Variable competitividad internacional

- 6) ¿Considera que el Ecuador y la provincia del Carchi son competitivos en el mercado internacional de productos agrícolas como la cebolla frente a otros países que ofertan bienes similares?
- 7) ¿Qué factores cree que determinan un nivel superior o inferior de competitividad de un producto en el mercado internacional?
- 8) ¿Considera que la actual crisis sanitaria del Covid-19 ha abierto una nueva posibilidad para el país de insertarse en el mercado de productos agrícolas destinados a reforzar el sistema inmunológico que para el caso es la cebolla?
- 9) En la provincia, los productores y exportadores cuentan con asesoramientos continuo sobre cómo mejorar el nivel de competitividad de productos como la cebolla?
- 10) ¿Cómo el sector exportador de la cebolla podría ser más competitivo que sus similares de Perú y Colombia?

Export-Import Milevyn Cía. Ltda.

Gerente General
Milevyn Cía. Ltda.

Resumen

Anexo 5: Evidencias fotográficas

Empresa MIRAFRUITS

PROECUADOR Zona 1



Exportó Import Milevyn Cia. Ltda.

AGROCALIDAD Distrito Tulcán

