

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Maestría en Administración de Empresas

Análisis del impacto del acuerdo comercial con la Unión Europea en las pymes exportadoras de alimentos y bebidas del cantón Quito

Juan Carlos Durán Andrade

Tutor: José Franco Moncayo

Quito, 2019



Cláusula de cesión de derechos de publicación de tesis

Yo, Juan Carlos Durán Andrade, con CC 1002154241, autor de la tesis titulada: “Análisis del impacto del acuerdo comercial con la Unión Europea en las pymes exportadoras de alimentos y bebidas del cantón Quito”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magíster en Administración de Empresas en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: 27 de septiembre, 2019

Firma:

Resumen

La presente investigación busca identificar el impacto que ha tenido la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea, vigente desde el año 2016, sobre las pequeñas y medianas empresas (Pymes) exportadoras de alimentos y bebidas ubicadas en Quito.

El estudio inicia con una revisión de las principales teorías del comercio internacional, una breve reseña de que provocó la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea, al adherirse Ecuador al existente con Colombia y Perú; posteriormente se repasa la estructura del sector de alimentos y bebidas y su aporte dentro del Producto Interno Bruto, así como, su representatividad en las exportaciones nacionales, y con base en información estadística extraída de entidades oficiales y las técnicas de investigación aplicadas para extraer información primaria del grupo exportador seleccionado, se realizó un análisis de lo sucedido entre el 2013 y 2018.

Palabras clave: acuerdo comercial, barreras comerciales, competitividad, oferta exportable, pymes, Unión Europea

A Dios, quien es la luz y la guía que nos da protección y fortaleza para poder cumplir con nuestros propósitos de vida.

A mis padres, quienes con su dedicación, apoyo y cariño han inculcado los valores y principios que guían mi camino.

A mi esposa, quien es mi compañera de vida que siempre está ahí de forma incondicional en todo momento.

A mis hijas de forma especial, para que tengan el ejemplo de que el esfuerzo y la dedicación permiten alcanzar las metas propuestas.

Agradecimientos

A Dios, por la salud y la fuerza para levantarme día a día a cumplir y alcanzar las metas propuestas.

A mi esposa, por la comprensión, el apoyo incondicional y las palabras de aliento cuando la presión se hacía sentir.

A los docentes de la Universidad Andina Simón Bolívar, por los conocimientos impartidos durante todo el período de estudio.

Al Ing. José Franco, mi director de tesis, quien con su guía ha permitido que el presente estudio sea culminado con éxito.

A mi familia y amigos por el apoyo y los consejos brindados.

A las empresas que de forma desinteresada colaboraron para que el presente estudio pueda obtener resultados.

Principales siglas

BCE: Banco Central del Ecuador

CAN: Comunidad Andina de Naciones

COPCI: Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

CORPEI: Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

FEDEXPOR: Federación Ecuatoriana de Exportadores

PyMES: Pequeñas y medianas empresas

PIB: Producto Interno Bruto

PROECUADOR: Instituto Ecuatoriano de Promoción de Exportaciones e Inversiones

SENAE: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

SRI: Servicio de Rentas Internas

UE: Unión Europea

Tabla de contenido

Introducción	23
Capítulo primero	25
1. Justificación.....	25
2. Problema de investigación	27
2.1. Diagnóstico	27
2.2. Pronóstico	28
2.3. Formulación	28
2.4. Sistematización	28
3. Objetivos	29
3.1. General.....	29
3.2. Específicos	29
Capítulo segundo	31
Marco Teórico.....	31
1.1. Teorías económicas	31
1.1.1. Teoría de La Ventaja Absoluta	31
1.1.2. Teoría de la Ventaja Comparativa	32
1.1.3. Teoría de la Localización.....	32
1.1.4. Teoría pura y monetaria del comercio internacional	33
1.1.5. Teoría de la dotación de factores (Heckscher-Ohlin)	34
1.1.6. La nueva teoría del comercio internacional de Krugman	37
1.2. Teorías específicas.....	38
1.2.1. Acuerdo comercial.....	38
1.2.2. PyMES	38
1.2.3. Barreras arancelarias.....	40
1.2.4. Medidas y barreras no arancelarias.....	41
1.2.4.1. Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).....	42
1.2.4.2. Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) ...	43
1.2.4.3. Certificación Global G.A.P	43
1.2.4.4. Certificación Orgánica.....	44
Capítulo tercero	45
1. Marco Metodológico.....	45

1.1. Tipo de estudio	45
1.2. Fuentes	45
1.3. Métodos	46
1.4. Población y muestra.....	47
1.5. Entrevistas.....	47
2. Unión Europea	49
3. Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea	51
4. Experiencias de otras naciones al firmar acuerdos comerciales con bloques económicos.....	54
5. Pequeñas y medianas empresas - PYME sector alimentos y bebidas.....	58
6. Caracterización de las PyMES exportadoras de alimentos y bebidas.....	59
6.1. Producción del sector alimentos y bebidas	62
6.2. Estructura de la Industria Alimentaria	63
6.3. Exportaciones del sector alimentos y bebidas EC - UE.....	64
7. PyMES exportadoras de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito.....	68
8. Oferta exportable.....	69
8.1. Oferta exportable - Empresa A	70
8.2. Oferta exportable - Empresa B	70
8.3. Oferta exportable - Empresa C	70
8.4. Oferta exportable - Empresa D	71
8.5. Oferta exportable - Empresa E	71
8.6. Oferta exportable - Empresa F.....	71
8.7. Oferta exportable - Empresa G	72
8.8. Oferta exportable - Empresa H.....	72
8.9. Oferta exportable - Empresa I.....	73
8.10. Oferta exportable - Empresa J	73
8.11. Oferta exportable - Empresa K.....	73
8.12. Oferta exportable - Empresa L	74
8.13. Oferta exportable - Empresa M	74
8.14. Oferta exportable - Empresa N	74
8.15. Oferta exportable - Empresa O	75
8.16. Oferta exportable - Empresa P.....	75
8.17. Oferta exportable - Empresa Q.....	75
8.18. Oferta exportable - Empresa R	76
8.19. Oferta exportable - Empresa S.....	76

8.20.	Oferta exportable - Empresa T	77
8.21.	Oferta exportable - Empresa U	78
9.	Análisis cuantitativo de la oferta exportable	79
10.	Barreras de entrada al mercado europeo.....	88
10.1.	Barreras arancelarias:.....	88
10.2.	Barreras no arancelarias.....	96
11.	Discusión de resultados – empresas.....	97
11.1.	Empresa A	97
11.2.	Empresa H	98
11.3.	Empresa I y Q	100
11.4.	Empresa J.....	101
11.5.	Empresa L.....	102
11.6.	Empresa N	103
11.7.	Empresa P	104
11.8.	Empresa R.....	104
11.9.	Empresa S	105
12.	Discusión de resultados – expertos	106
12.1.	Experto – Mgs. Roberto Rosales	106
12.2.	Experto – Mba. Gonzalo Herrera.....	107
Capítulo cuarto		109
1.	Conclusiones	109
2.	Recomendaciones.....	113
	Lista de Referencias	115
Anexos.....		123

Índice de Tablas

Tabla 1 Principales productos de exportación ecuatoriana	36
Tabla 2 Representatividad productos primarios en exportaciones ecuatorianas	37
Tabla 3 Categorización de las PyMES	39
Tabla 4 Clasificación PyMES - Superintendencia de Compañías.....	40
Tabla 5 Exportaciones Ecuador - Unión Europea.....	54
Tabla 6 Representación PIB – Industria Manufacturera (Millones de USD - 2007)	59
Tabla 7 Representación PIB sector alimentos y bebidas en Industria Manufacturera (Miles de USD).....	61
Tabla 8 Participación productiva de la industria de alimentos y bebidas.....	62
Tabla 9 Composición industria alimentaria 2017.....	63
Tabla 10 Exportaciones Ecuador - Unión Europea de alimentos y bebidas.....	65
Tabla 11 Representatividad productos alimenticios EC - UE	66
Tabla 12 Empresas de estudio	69
Tabla 13 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa A	70
Tabla 14 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa C	71
Tabla 15 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa F.....	72
Tabla 16 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa G	72
Tabla 17 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa H	72
Tabla 18 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa I.....	73
Tabla 19 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa J.....	73
Tabla 20 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa L.....	74
Tabla 21 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa N	75
Tabla 22 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa P.....	75
Tabla 23 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa Q	76
Tabla 24 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa R	76
Tabla 25 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa S.....	77
Tabla 26 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa T.....	78
Tabla 27 Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa U	78
Tabla 28 Exportaciones EC-UE – 21 empresas estudio (periodo 2013-2018, miles de USD).....	82
Tabla 29 Tasa de crecimiento - exportaciones EC-UE - 21 empresas estudio (periodo 2013-2018)	84

Tabla 30 Comparativo total exportado alimentos y bebidas EC - UE con empresas estudio.....	86
Tabla 31 Desgravación derechos aduaneros Acuerdo Comercial Ecuador - UE (21 empresas de estudio).....	89
Tabla 32 Desgravación categoría “SP1”	94
Tabla 33 Arancel específico - Subpartida NC 2007: 0707.00.05.....	95

Índice de gráficos

Gráfico 1 Índice de Apertura Comercial - Ecuador 2013 -2017	26
Gráfico 2 Representación Gráfica PIB - Industria Manufacturera.....	60
Gráfico 3 Representación gráfica PIB sector alimentos y bebidas en Industria Manufacturera.....	61
Gráfico 4 Tasa de crecimiento - Industria de alimentos y bebidas.....	63
Gráfico 5 Principales productos exportados.....	79
Gráfico 6 Principales mercados de exportación	80
Gráfico 7 Principales empresas	81

Índice de anexos

Anexo 1	Guión para entrevista - empresas exportadoras	123
Anexo 2	Guión para entrevista - expertos	124
Anexo 3	Oferta exportable - Empresa A	125
Anexo 4	Oferta exportable - Empresa B	126
Anexo 5	Oferta exportable - Empresa C	127
Anexo 6	Oferta exportable - Empresa D	129
Anexo 7	Oferta exportable - Empresa E.....	130
Anexo 8	Oferta exportable - Empresa F.....	131
Anexo 9	Oferta exportable - Empresa G	132
Anexo 10	Oferta exportable - Empresa H	133
Anexo 11	Oferta exportable - Empresa I.....	134
Anexo 12	Oferta exportable - Empresa J.....	136
Anexo 13	Oferta exportable - Empresa K	137
Anexo 14	Oferta exportable - Empresa L.....	138
Anexo 15	Oferta exportable - Empresa M.....	142
Anexo 16	Oferta exportable - Empresa N	144
Anexo 17	Oferta exportable - Empresa O	146
Anexo 18	Oferta exportable - Empresa P.....	147
Anexo 19	Oferta exportable - Empresa Q	148
Anexo 20	Oferta exportable - Empresa R	150
Anexo 21	Oferta exportable - Empresa S	152
Anexo 22	Oferta exportable - Empresa T.....	155
Anexo 23	Oferta exportable - Empresa U	162

Introducción

Una vez que el año 2011 se conociera de la finalización del Sistema General de Preferencias a partir de enero de 2014, el gobierno ecuatoriano, con el fin de fomentar el comercio internacional con otros países, y conseguir que la oferta exportable del Ecuador pueda continuar siendo beneficiada de la liberación y/o reducción de aranceles, firmó la Adhesión de Ecuador dentro del *Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú, por otra y anexos*, publicada en el Registro Oficial No. 808 del 03 de diciembre de 2016; que según fuente del Ministerio de Comercio Exterior libera de forma inmediata el 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en productos agrícolas y 100% en productos industriales, abriendo una nueva ventana al comercio exterior.

En consecuencia, se hace necesario realizar un análisis cualitativo como un primer acercamiento para conocer el impacto que el acuerdo con la Unión Europea ha tenido desde su vigencia, tomando como muestra las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito y dedicadas a la exportación de alimentos y bebidas a los 28 países que conforman la Unión Europea.

Se intentará evidenciar si las PyMES exportadoras han sabido aprovechar este nuevo reto, mostrando qué y cuánto están vendiendo actualmente a la Unión Europea y constatar si ha existido o no un incremento en sus ventas y/u oferta exportable, como consecuencia influyente del acuerdo; así como, determinar si ha existido el apoyo de entes gubernamentales con el fin de la que las empresas puedan llegar y permanecer en el mercado europeo.

El presente estudio se divide en cinco capítulos.

El Capítulo uno detalla la justificación e identificación del problema y objetivos, la formulación y sistematización de las preguntas.

El Capítulo dos detalla las principales teorías de comercio exterior, así como, teorías específicas que buscan definir los fundamentos teóricos que promueven y regulan el intercambio comercial entre países.

El Capítulo tres establece el marco metodológico de la investigación y muestra las técnicas de recolección de datos, así como, examina al sector de alimentos y bebidas durante el período 2013-2018 mediante la presentación de información estadística; además revisa las características y particularidades de las PyMES en estudio, su oferta

exportable, las barreras de entrada al mercado europeo y el detalle de la información primaria obtenida del sector delimitado.

El Capítulo cuarto presenta las conclusiones y recomendaciones, en virtud de los resultados obtenidos en el capítulo tres.

Capítulo primero

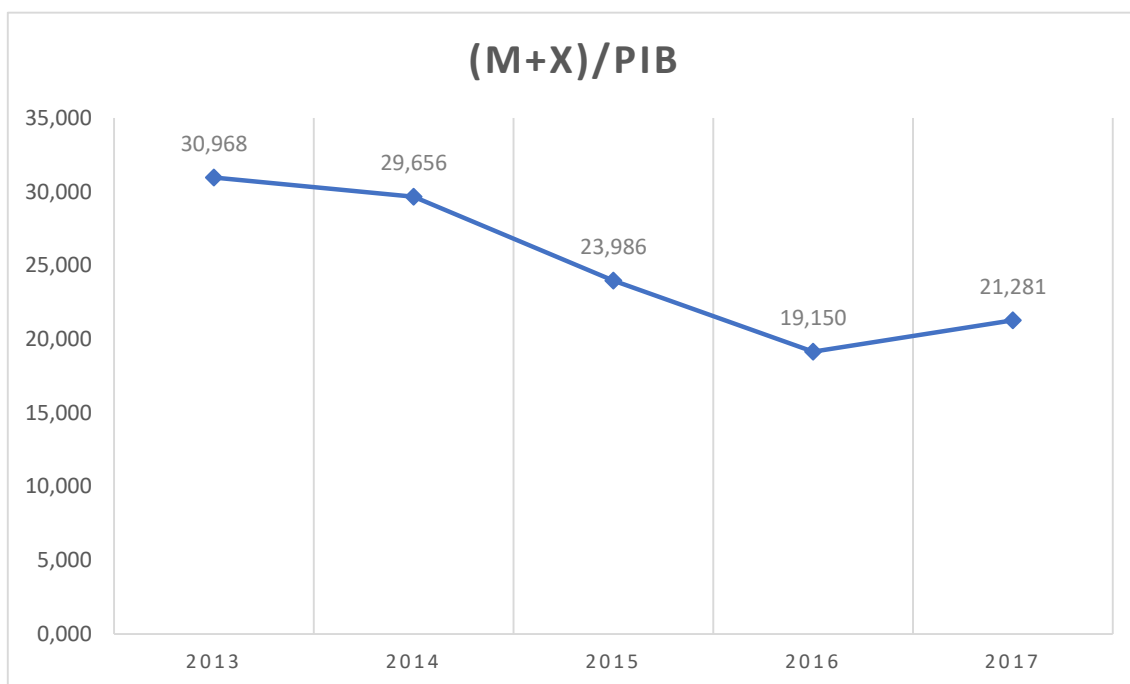
1. Justificación

Las exportaciones dentro de la economía de un país sin duda alguna juegan un papel importante, pues estas generan ingreso de divisas, que valga la redundancia aportan a la economía del país y permiten su desarrollo, pues en la medida que estas superen a las importaciones se tendrá un resultado positivo dentro de la balanza comercial. En tal sentido analizar los efectos que producen la firma de acuerdos comerciales en las ventas de las empresas exportadoras se hace indispensable, pues solo esto permitirá al gobierno evaluar los acuerdos comerciales firmados y mejorarlos, sea ampliando los productos negociados, así como los países o bloques económicos con los que se definen tales acuerdos; y a las PyMES determinar qué tan preparadas están para afrontar los exigentes mercados europeos y aprovechar el acuerdo comercial firmado.

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en su escrito sobre los posibles impactos de un acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea (UE) al usar un Modelo Equilibrio General Computado para simular posibles escenarios en materia de políticas públicas, concluye que para el escenario que se mantenga la actual estructura productiva y exportadora “entre 2014 y 2020 se esperan aumentos del PIB equivalentes al 0,1% anual y alzas de las exportaciones e importaciones totales del 0,11% y el 0,20%, respectivamente” (CEPAL 2017, 75), donde tales aumentos son mayores en el comercio con la UE; no obstante en el escenario de perder el Sistema General de Preferencias (SGP), el PIB, las exportaciones e importaciones se retraerían un 0,2%. Para el escenario que se simulan cambios en la matriz productiva acompañado de la firma del acuerdo y de las concesiones de y a la UE por parte de Ecuador “el PIB se expandiría un 1,13%, las exportaciones aumentarían en torno al 1,6% y las importaciones se elevarían un 1,2%” (CEPAL 2017, 75), que a priori marcaría superávit en la balanza comercial Ecuador-UE.

En cuanto al Índice de Apertura Comercial, que no es más que un indicador que mide los flujos del comercio exterior en el total del PIB, cuyo resultado marca el grado de apertura con el que una economía tiene mayor participación en mercados internacionales; según fuente del Banco Mundial, el Ecuador desde el periodo de 1960 ha mantenido porcentajes inferiores al 30%, siendo su pico más alto en el 2008 con un 33,893% (Banco Mundial)

Gráfico 1
Índice de Apertura Comercial - Ecuador 2013 -2017



Fuente: Banco Mundial
Elaboración propia

Esto significa que la economía del Ecuador realiza comercio exterior en menos del 30% de la suma de las exportaciones más las importaciones en la producción nacional; lo cual invita a fomentar más y hacer crecer las exportaciones, si el objetivo es tener mayor participación en los mercados externos.

Si bien los impactos anteriormente mencionados muestran el posible panorama macroeconómico, el presente estudio se enfocará en desarrollar un análisis cualitativo de lo que ha sucedido con las exportaciones de un determinado sector que viene efectuando comercio con el mercado europeo, con el fin de tener un primer acercamiento que evidencie las consecuencias que en este corto tiempo el acuerdo ha producido a nivel microeconómico, y mas no responderá a concluir si Ecuador ha tenido

déficit o superávit en su balanza comercial con el bloque económico de la UE, que valga acotar, según fuente del Centro de Estudios latinoamericanos, evidencia (Ecuador) un crecimiento de USD 330 millones en las exportaciones de productos no tradicionales, durante el primer año de vigencia del acuerdo multipartes (CESLA 2018).

En tal virtud, el presente estudio servirá como un aporte para aquellos emprendedores que deseen exportar hacia tan exigente mercado, así como, para las instituciones públicas y privadas que promocionan las exportaciones; pues podrán identificar las oportunidades y amenazas que han debido enfrentar las empresas que actualmente exportan, e intentar potenciarlas o superarlas, respectivamente.

2. Problema de investigación

2.1. Diagnóstico

El Gobierno ecuatoriano, con el fin de fomentar el comercio internacional con otros países, y conseguir que la oferta exportable del Ecuador pueda ser beneficiada de la liberación de impuestos, firmó la Adhesión de Ecuador dentro del *Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú, por otra y anexos*, publicada en el Registro Oficial No. 808 del 03 de diciembre de 2016; que libera de forma inmediata el 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en productos agrícolas y 100% en productos industriales, según consta en la Web oficial del Ministerio de Comercio Exterior. Esto, según el gobierno, abre una nueva ventana al comercio ecuatoriano para poder identificar productos que pueden ser elaborados en el país y comercializados en la Unión Europea (UE) aprovechando la liberación de aranceles. (Ministerio de Comercio Exterior)

En este contexto, se hace necesario un análisis cualitativo como una primera aproximación del impacto que dicho acuerdo ha tenido desde su vigencia, así como, determinar las dificultades que han tenido las PyMES para afrontar este reto de ingresar a un mercado de 500 millones de habitantes, caracterizado por los altos estándares de calidad que impone a lo que importa.

Al revisar las exportaciones del Ecuador hacia la Unión Europea en el periodo comprendido entre los años 2013-2018, registradas en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, y cruzando con información del Servicio de Rentas Internas, se evidencian 21 empresas, entre pequeñas y medianas dentro del cantón Quito, que se dedican a la

producción y/o venta de alimentos y bebidas; las cuales formaran parte del presente estudio.¹

En base a los antecedentes expuestos, es necesario analizar si las PyMES exportadoras han sabido afrontar, y sobre todo aprovechar este nuevo reto, por cuanto se hace necesario determinar qué y cuánto están vendiendo actualmente a la Unión Europea y evidenciar si ha existido o no un incremento en sus ventas y/u oferta exportable.

De igual forma se pretende determinar si desde el Estado existe el apoyo necesario para que las pequeñas y medianas empresas puedan acceder a este enorme mercado.

2.2. Pronóstico

Si no se resuelve el problema de investigación no se conocerán los efectos que el acuerdo comercial con la Unión Europea ha tenido en las exportaciones de pequeñas y medianas empresas. La idea es conocer si a nivel microeconómico, la firma de dicho acuerdo ayudó o perjudicó las ventas hacia el exterior, así como a su oferta exportable.

2.3. Formulación

¿Cuál es el impacto que ha tenido la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea en las PyMES exportadoras de alimentos y bebidas del cantón Quito?

2.4. Sistematización

- ¿Qué son los acuerdos comerciales y cuáles fueron los motivos que impulsaron su firma?
- ¿Qué son las PyMES y cuáles son sus principales características?
- ¿Cuáles son las PyMES exportadoras de bebidas y alimentos del cantón Quito?
- ¿Cuáles son los requisitos o barreras establecidas por la Unión Europea a las importaciones de alimentos y bebidas?

¹ El estudio fue delimitado a las pequeñas y medianas empresas exportadoras de alimentos y bebidas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, en virtud que casi el 80% de las exportaciones nacionales están representadas en productos primarios y, que Quito aporó con 14.665 millones de dólares de un total exportado de 23.617 millones de dólares, sumado al hecho de que la capital posee el 19% de empresas del total nacional (INEC 2012), de las cuales si se considera al grupo de las Pymes, es el 2,6% de estas las que se involucran en exportaciones (Araque 2015).

- ¿Cuáles han sido los efectos del acuerdo comercial en las PyMES productoras de bebidas y alimentos del cantón Quito a partir de la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea??
- ¿Cómo aprovechar la apertura y evitar efectos negativos del acuerdo comercial?

3. Objetivos

3.1. General

Identificar el impacto que ha tenido la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea en las PyMES exportadoras de alimentos y bebidas del cantón Quito.

3.2. Específicos

- Definir el acuerdo comercial con la Unión Europea y cuáles fueron las causas para su adhesión.
- Definir qué son las PyMES y cuáles son sus principales características.
- Determinar el universo de PyMES exportadoras de bebidas y alimentos del cantón Quito
- Determinar los requisitos o barreras establecidas por la Unión Europea a las importaciones de alimentos y bebidas.
- Cualificar los efectos del acuerdo comercial en las PyMES productoras de bebidas y alimentos del cantón Quito después de la entrada en vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea.
- Determinar que hacer para aprovechar la apertura y evitar efectos negativos del acuerdo comercial

Capítulo segundo

Marco Teórico

En el presente capítulo se presentan las diferentes teorías que sustentan el comercio internacional y los factores que operan e influyen en el intercambio de mercancías. Igualmente se dan a conocer los conceptos que guardan relación con el comercio exterior y los actores de este intercambio, como un preámbulo, que se encamina a un primer acercamiento del impacto que un acuerdo comercial puede tener en las exportaciones de un grupo definido de pequeñas y medianas empresas.

1.1. Teorías económicas

1.1.1. Teoría de La Ventaja Absoluta

En temas de comercio internacional los primeros pasos respecto a la aplicación de política económica clásica, se encuentra en Adam Smith, tal como Oscar Bajo menciona en su libro de Teorías del Comercio Internacional. Esta teoría indica principalmente que un país exportara mercancías en las que tenga una ventaja competitiva respecto al resto, es decir que si para el país A producir un bien X, representa conseguirlo con menores costos que otros países podía intercambiar sus bienes y, por el contrario, quien importaría sería el país cuyos costos para producir ese bien fueran elevados. (Bajo 1991, 15)

En este contexto, Adam Smith promulgaba que no debería ser la intervención del estado la que determinara el volumen, la dirección y composición del comercio internacional, sino que bajo condiciones de libre competencia debían ser las fuerzas del mercado las que lo definieran, así cada nación debía especializarse en producir bienes en los que fuera más eficiente y en adquirir lo que le cueste producir, de tal forma que el intercambio entre dos naciones cree beneficio mutuo (Encinas 1998, 26).

Si bien, el concepto de la intervención del estado es positivo hasta cierto punto, no es menos cierto que en temas de intercambio comercial su accionar debe ir enfocado en crear condiciones favorables para que este se desarrolle, y una de estas herramientas es sin duda la firma de acuerdos comerciales, que eviten barreras arancelarias para el fluido intercambio de mercancías, en las cuales se tenga una ventaja comparativa.

1.1.2. Teoría de la Ventaja Comparativa

La teoría comparativa es básicamente una redefinición de la teoría de la ventaja absoluta desarrollada por Adam Smith, y es David Ricardo quien lo hace, teniendo como una diferenciación los costos, pues para Smith son absolutos mientras que para Ricardo son relativos (es decir que dependen del trabajo empleado). Esta teoría reconoce que las fuerzas del mercado serán las que asignen los recursos de una nación, a sectores donde sean más productivos, lo que quiere decir que, si es eficiente en producir determinados bienes y otros no, pues para cubrir su necesidad de este en el que no es eficiente lo conseguirá importando.

Esta teoría tiene su base en la productividad de la mano de obra; es decir, el trabajo como único factor de producción diferenciador entre naciones. Esto significa que pese a que no se disponga de suficientes recursos naturales abran naciones que logren un saldo positivo en sus balanzas comerciales, más por su alta competitividad que por su alta productividad. (Berumen 2006)

En tal sentido, al hablar de producción con menores costos que otros, se podría decir que habría influencia de condiciones geográficas favorables, mejor tecnología, y en sí, costos de producción más bajos, no obstante, para David Ricardo esta ventaja comparativa estaba representada bajo el supuesto de que solo existen dos países y dos productos y, el cumplimiento de la teoría del valor del trabajo, es decir que el precio de un bien vendría dado por la cantidad de trabajo empleado en producirlo (Bajo 1991, 15). Si nos comparamos con países vecinos como Perú y Colombia cuyas condiciones geográficas son similares, tenemos que según la Organización Internacional del Trabajo mientras en Ecuador se trabaja 39 horas en promedio, Perú realiza 45 y Colombia 42 (Ekos Negocios 2017). En tal contexto, quien emplee menos horas laborales y consiga una mayor producción tendrá ventaja comparativa frente a sus competidores.

Por ende, dentro del presente estudio, esta teoría permitirá evidenciar si efectivamente las pequeñas y medianas industrias poseen y aprovechan la ventaja comparativa para colocar sus productos en países extranjeros, al tener menores costos que sus competidores más cercanos.

1.1.3. Teoría de la Localización

Esta teoría indica que los recursos naturales son limitados y en consecuencia se encuentran repartidos en todo el planeta de forma desigual, siendo esta distribución la

que en primera instancia interviene otorgando diferentes condiciones para la producción de determinados productos, conllevando a la especialización de ciertas actividades, y por ende a una estructura de costos más bajos frente a otras naciones (Gaytan 2005)

Esta teoría nace de la relación entre los aspectos espaciales y ambientales; la primera que trata de esquemas resultantes de las fuerzas económicas y conductuales y las regularidades espaciales, teniendo a la distancia como su principal variable, es decir los costos de transporte, determinados por el flujo de personas y productos, y la segunda por las condiciones naturales (clima, geología, suelo, recursos hídricos, vegetación, etc.) de un lugar y otro (Romero 1999, 2)

En pocas palabras las condiciones geográficas favorables y los costos logísticos para la extracción de bienes producto de la naturaleza, definirán las mercancías en las que un país deberá especializarse, pues como ya se vio en la teoría de la ventaja absoluta, habrá de enfocarse en los bienes que resulten producir a menor costo.

Ecuador, al ser un país favorecido geográficamente puede producir bienes agrícolas y por ende agroindustriales durante todo el año, si en exportar se piensa; prueba de ello es la exportación de bienes como el banano, cacao, camarón, atún, etc. Que son justamente producto de esta ventaja de localización dentro de la geografía mundial.

1.1.4. Teoría pura y monetaria del comercio internacional

Esta teoría sirve para dar fundamento a la política comercial de una nación y sus cambios, en tal sentido comprenden dos campos de estudio:

a) La teoría pura hace referencia al análisis de valor aplicado al intercambio externo de mercancías y para esto considera un enfoque positivo y el análisis de bienestar. El primero (enfoque positivo) tiende a la explicación y predicción de acontecimientos, contestando preguntas relacionadas con ¿por qué un país comercia de cierta manera?, ¿qué determina su estructura, dirección y volumen de intercambio? ¿qué define si va a importar o exportar determinado tipo de mercancías? y ¿cuánto de esta terminará intercambiando?; el segundo (análisis de bienestar) investiga los efectos del cambio de la demanda sobre la relación real de intercambio de un país, conduciendo a preguntas relacionadas con las ventajas del comercio internacional, el aumento o reducción del consumo y la tasa de desarrollo económico con el comercio internacional.

Esta teoría es una aplicación en conjunto de las teorías anteriormente presentadas, pues conduce a que un país defina qué, cómo y cuánto va a intercambiar, y

dependiendo de las ventajas que tenga, finalizara aprovechando especializarse, comercializar y firmar acuerdos que beneficien y expandan en lo que verdaderamente tiene potencial.

b) La teoría monetaria que comprende dos aspectos: La acción de la moneda en el intercambio, circulante-nivel de precios-saldo comercial y su efecto sobre precios, ingresos, tipo de cambio y tasa de interés; y el análisis del proceso de ajuste mediante instrumentos monetarios, cambiarios y financieros para contrarrestar los desequilibrios de la balanza de pagos (Mercado H. 2000).

Ecuador por adopción del dólar como moneda nacional ha tenido que enfrentar dos problemas en cuanto al intercambio comercial de sus mercancías. Uno de estos es la apreciación del dólar frente a otras monedas, que, si bien es positivo para la adquisición de bienes y servicios, resta competitividad a sus ventas, pues para los países que importan nuestros productos, su adquisición representa pagar precios más elevados. El otro problema es que al ser una moneda adoptada no puede ejecutar política monetaria para defenderse de la devaluación realizada por países vecinos, que hacen más atractiva la importación que la exportación de mercancías hacia ellos.

1.1.5. Teoría de la dotación de factores (Heckscher-Ohlin)

La teoría de Eli Heckscher y Bertil Ohlin quienes perfeccionaron los planteamientos de David Ricardo, basa su argumento en los costos de producción, es decir que a nivel internacional e interregional se producen diferencias debido a la posesión de sus factores de producción, así, cada nación potenciará su productividad en base al factor productivo abundante - más barato - y se introducirá en mercados internacionales con precios competitivos. Prueba de ello es China que está dotada de mano de obra a menor costo; por ende, a de enfocarse en producir bienes donde aproveche este factor de producción (Cantos 1999, 32)

En esta teoría la ventaja comparativa de los bienes tiene su origen en las diferentes dotaciones de factores de los países que los comercian, partiendo de varios supuestos: modelo 2 (países) x 2 (bienes) x 2 (factores: capital y trabajo); bienes perfectamente móviles, funciones de producción iguales para cada bien en ambos países; factores productivos con diferentes intensidades en la producción de bienes; competencia perfecta en los factores productivos y mercados de bienes; demanda idéntica y homotética (diferentes ingresos, mismos precios, mismo consumo) en ambos países; supuestos, que llevan al teorema de *Heckscher-Ohlin*, que no es más que

exportar los bienes en los cuales un país utiliza intensivamente su factor productivo abundante, importando por el contrario en los cuales utiliza intensivamente su factor productivo escaso (Bajo 1991, 31). Además:

Por esta premisa, y con el estado actual de los diferentes países del mundo se puede concluir que en forma tendencial, los países que son intensivos en capital, son los países considerados como desarrollados y por otro lado aquellos países que poseen intensificación en trabajo son los países en vías de desarrollo. Entonces, el uso intensivo del factor más abundante en un país, genera ventajas comparativas y a la vez puede ser un determinante del nivel de desarrollo de cada país. (Navarro 2013, párr. 3)

Lenin Blanco Cruz y Carlos Salazar Villegas en cuanto a criterios de competitividad, mencionan que Ecuador se base en el modelo diseñado por el Foro Económico Mundial (FEM), el cual considera: la calidad de las instituciones públicas, la infraestructura, el entorno macroeconómico, la salud, el mercado laboral, la tecnológica e innovación (Blanco Cruz y Salazar Villegas)

En este contexto, tomando información del Reporte Global de Competitividad 2015, elaborado por el Foro Económico Mundial, la Revista Lideres manifiesta que Ecuador se ubicó en el puesto 76 de entre 140 naciones, con una calificación de 4,07 sobre 7, siendo inferior al 4,2 obtenido en el 2013, donde fue el entorno macroeconómico el que peso sobre este descenso, pasando de 5,24 (2013) a 4,70 (2015). Según Víctor Umaña, director del Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible del *Incae Business School*, al hablar sobre si Ecuador tiene condiciones para mejorar su competitividad, obtiene como respuesta que la posición privilegiada dentro del hemisferio occidental, amplias condiciones agroecológicas, capital humano y estabilidad política, permitirán que se pueda conseguir (Revista Lideres 2015)

En este contexto, los bienes primarios que Ecuador produce habrán de tener ventaja en la tierra y el trabajo como factores de producción relevantes, pues como se evidencia en las Tablas 1 y 2 Ecuador basa sus exportaciones en productos primarios debido a que su situación geográfica le permite producir todo el año, con mano de obra suficiente y no calificada, que no puede demandar mayores ingresos, y que por otro lado situaciones como la educación y la falta de inversión en investigación y desarrollo no permiten que Ecuador elabore bienes que revistan mayor complejidad, teniendo que importarlos, tal como la teoría de *Heckscher-Ohlin* manifiesta.

Tabla 1
Principales productos de exportación ecuatoriana

Tipo de producto	Enero – Agosto 2016		Enero – Agosto 2017		Enero – Agosto 2018	
	Miles de TM	Miles de USD	Miles de TM	Miles de USD	Miles de TM	Miles de USD
Petroleras	14.854	3.369.555	14.320	4.349.704	13.772	5.937.007
Crudo	13.498	3.097.865	12.865	3.932.718	12.094	5.273.783
Derivados	1.356	271.690	1.455	416.986	1.678	663.224
No Petroleras	6.481	7.383.765	6.881	8.105.311	6.955	8.481.908
Tradicionales	4.592	4.191.017	5.069	4.747.582	5.082	4.973.758
Banano y Plátano	4.149	1.830.151	4.540	2.104.364	4.532	2.128.900
Camarón	244	1.662.281	290	2.000.831	331	2.170.699
Cacao y elaborados	136	431.748	180	412.585	154	390.424
Atún y pescado	49	181.267	47	152.983	57	230.538
Café y elaborados	14	85.570	12	76.818	9	53.198
No Tradicionales	1.889	3.192.748	1.812	3.357.729	1.872	3.508.151
Madera	322	169.925	327	150.732	367	161.187
Extractos y aceites vegetales	246	185.585	254	204.104	278	204.720
Enlatados de pescado	167	584.134	189	776.933	183	842.236
Maderas terciadas y prensadas	124	38.921	40	43.015	51	50.454
Productos mineros	107	194.964	102	178.766	77	184.544
Flores Naturales	98	557.304	111	627.935	109	603.979
Elaborados de banano	92	81.010	101	96.302	111	117.588
Otras Manufacturas de metal	76	206.144	96	227.363	102	271.493
Harina de pescado	61	89.031	65	80.891	35	52.731
Químicos y fármacos	56	96.858	49	90.600	56	95.714
Fruta	54	35.148	57	39.699	57	55.664
Jugos y conservas de frutas	42	97.410	34	77.590	33	71.364
Manuf. de cuero, plástico y caucho	36	112.928	32	92.457	34	97.752
Manuf. de papel y cartón	34	36.610	45	39.318	43	45.249
Otros elaborados del mar	17	29.522	19	26.367	12	18.931
Otras manif. Textiles	13	44.381	10	37.812	11	40.484
Abacá	7	15.799	7	15.542	5	12.235
Tabaco en rama	2	30.962	4	39.715	5	47.969
Vehículos	2	57.957	2	52.584	3	67.848
Prendas de vestir de fibras textiles	1	11.733	1	9.640	1	11.592
Otros	331	516.420	266	450.366	300	454.418
Exportaciones Totales	21.335	10.753.319	21.202	12.455.015	20.727	14.418.915

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín 2001: noviembre 2018

Elaboración propia

Conforme la estadística lo muestra, Ecuador ha basado su intercambio en productos primarios, los cuales representan en promedio dentro del periodo 2013 – 2017 el 79,43% del total exportado, es decir, que son los productos primarios donde Ecuador tiene ventaja comparativa.

Tabla 2
Representatividad productos primarios en exportaciones ecuatorianas

Período	Total exportaciones (miles de USD)	Total primarios (miles de USD)	Representatividad productos primarios
2013	24.750.933	20.010.626	80,85%
2014	25.724.432	21.493.968	83,55%
2015	18.330.608	14.439.376	78,77%
2016	16.797.665	12.876.708	76,66%
2017	19.122.453	14.785.290	77,32%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín 1999: septiembre 2018
Elaboración propia

1.1.6. La nueva teoría del comercio internacional de Krugman

La “nueva teoría del comercio internacional” o de la “nueva geografía” económica establecida en el año de 1979 por Paul Krugman, cruza datos de la investigación del comercio externo con la geografía económica. Su teoría está basada en la afirmación de que muchos productos y servicios pueden ser elaborados más baratos si se hace en grandes series (economías de escala), una vez que los consumidores tienden a demandar una mayor variedad de bienes y servicios. Esto conlleva a que producciones locales de menor escala vayan siendo remplazadas por economías globales que tienen producciones a gran escala. Estas últimas, al combinarse con precios bajos de transporte ayudan a explicar por qué la gente tiende a agruparse efectuando actividades económicas en las ciudades – mayor crecimiento de población contribuye en el aumento de producciones a escala - así como, en sitios geográficos similares (Castillo 2008)

Krugman realizó sus investigaciones acerca de los patrones comerciales y la localización de la actividad económica, y como se manifestará en el párrafo precedente montó su teoría partiendo del concepto de las “economías de escala”, que quiere decir, que a mayores volúmenes de producción, menores costos, lo cual facilita la oferta de productos, beneficiando a los consumidores. Adicionalmente sostiene, que especialmente el comercio entre países parecidos, con capital como factor abundante, se explica por la competencia imperfecta, que implica que estos produzcan bienes

semejantes pero diferenciados, compitiendo de esta manera unos con otros, entendiendo entonces, que el comercio internacional no es solo *interindustrial* como la teoría tradicional pensaba, sino *intraindustrial* (Mayorga y Martínez 2008).

1.2. Teorías específicas

1.2.1. Acuerdo comercial

Los acuerdos comerciales son convenios, tratados, pactos o cualquier otro acto vinculante por medio del cual dos o más países firman un compromiso de asumir cierto tipo de condiciones específicas relacionadas con el intercambio comercial de bienes y servicios.

Entre los objetivos está la obtención de un beneficio de reducción arancelaria total o parcial para el ingreso de mercancías a un mercado externo con el cual se ha negociado.

Entre los acuerdos actuales se encuentran los de tercera y los de cuarta generación; así, para Luis Xavier Grisanti “El Dialogo Político y la Cooperación al Desarrollo son conceptos indivisibles de los Acuerdos de Asociación Económica y Libre Comercio o de IV Generación suscritos por la UE”, siendo “superiores en contenido y profundidad a los de III Generación, los cuales no contemplan, entre otros aspectos, la participación de terceros países en los programas de cooperación que la propia comunidad europea ofrece a sus estados miembros” (Grisanti 2004, 2), es decir que a diferencia de los tratados de libre comercio, que para Alberto Acosta y Fander Falconí no liberalizan la totalidad de bienes y servicios, manteniendo reglas para un comercio asimétrico, con protección en sectores sensibles, donde siempre se espera mayores aperturas de la contraparte; no hay dialogo político ni cooperación para el desarrollo, las cuales implican entre algunas cosas, otorgamiento de fondos comunitarios no reembolsables y acuerdos de cooperación científica y tecnológica (Acosta y Falconí 2005, 45).

1.2.2. PyMES

Las PyMES son las pequeñas y medianas empresas que forman parte del sector productivo de un país, y básicamente su categorización está dada por el número de trabajadores, el volumen de ventas, así como el monto de sus activos.

Acorde a la Resolución No. 1260 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) de fecha 21 de agosto de 2009, las PyMES tienen la siguiente categorización:

Tabla 3
Categorización de las PyMES

Variables	Conjunto A Estrato I	Conjunto B Estrato II	Conjunto C Estrato III	Conjunto D Estrato IV
Personal Ocupado	1 - 9	10 - 49	50 - 99	100 - 199
Valor Bruto de las Ventas Anuales (US\$)*	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 2.000.000	2.000.001 - 5.000.000

(*) Margen comercial para las empresas comerciales

Prevalecerá el valor bruto de las ventas anuales sobre el criterio de personal ocupado

Fuente: Resolución No. 1260, CAN, 21 de agosto de 2009, Art. 3

Elaboración: CAN

Así:

- Microempresa: de 1 a 9 trabajadores o valor bruto de ventas anuales menores a USD 100.000,00.
- Pequeña empresa: de 10 a 49 trabajadores o valor bruto de ventas anuales entre USD 100.000,00 a USD 1.000.000,00.
- Mediana empresa: de 50 a 199 trabajadores o valor bruto de ventas anuales entre USD 1.000.000,00 a USD 5.000.000,00.
- Empresa grande: de 200 trabajadores en adelante o valor bruto de ventas anuales mayores a USD 5.000.000,00. (Araque y Argüello 2015)

Ampliando el concepto, la Superintendencia de Compañías mediante Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005 del 5 de noviembre de 2010, publicada en el Registro Oficial No. 335 el 7 de diciembre de 2010 (Superintendencia de Compañías 2010), acogándose a la normativa implantada por la CAN en su Resolución No. 1260 y la legislación interna, clasifica a las PyMES de la siguiente manera:

Tabla 4
Clasificación PyMES - Superintendencia de Compañías

Variables	Tipo de empresa			
	Micro	Pequeña	Mediana	Grandes
Personal ocupado	1 - 9	10 - 49	50 - 199	> 200
Valor bruto ventas anuales	< USD 100 000	USD 100 001 - USD 1 000 000	USD 1 000 001 - USD 5 000 000	> USD 5 000 000
Montos activos	Hasta USD 100 000	De USD 100 001 a USD 750 000	De USD 750 001 a USD 3 999 999	> USD 4 000 000

Fuente: Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005

Elaboración: Superintendencia de Compañías

1.2.3. Barreras arancelarias

Las medidas arancelarias son cargas impositivas que se aplican a los bienes importados con el fin de incrementar sus precios y proteger a la industria nacional de la competencia extranjera, y en consecuencia influir en la asignación de recursos e incrementar ingresos vía impuestos a las arcas del estado (Cordero, Sepúlveda y Rodríguez 2004, 48).

Los aranceles aduaneros se computan sobre una base imponible monetaria aplicando una tasa, o en base a la cantidad, por medio de la aplicación de un arancel por cada unidad de producto (Kroukou 2015), incrementando de esta forma el valor del bien importado conllevando a una desviación de la demanda a los bienes de producción local.

La ley de Régimen Tributario (Ley de Régimen Tributario Interno 2004) en su artículo 75, al hablar de las formas de imposición, menciona tres tipos:

- ✓ *Ad valorem*: es un porcentaje que se impone sobre la base imponible² de las mercancías, determinada conforme lo establece la ley.
- ✓ Específico: es una tarifa fija determinada a pagar, que estará impuesta sobre ciertas características de una mercancía (peso, cantidad, grado alcohólico, etc.)
- ✓ Mixto: es la combinación de los dos anteriores.

² La base imponible de los derechos arancelarios establecida por la legislación nacional se encuentra establecida en el Art. 110 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, publicado el 29 de diciembre de 2010 en el Registro Oficial No. 351

1.2.4. Medidas y barreras no arancelarias

Son todas aquellas medidas que, si bien no guardan relación con una carga impositiva al intercambio de mercancías, si dificultan y afectan al comercio internacional, aun cuando estas se disfracen como defensa del sector industrial, de los consumidores, del medio ambiente, etc. (Ballesteros Román 2001).

Para Paolo Giordano y Fernando Quevedo (2006, 49) las barreras no arancelarias al igual que las arancelarias, restringen los flujos comerciales, y aunque se impongan con fines legítimos como los requisitos sanitarios y fitosanitarios, cuya misión es proteger la salud de los seres humanos, no es menos cierto que en varias ocasiones son usadas como obstáculos proteccionistas al comercio.

Vincent Miller y James Elwood (1988) consideran que aun cuando se piense que el proteccionismo reduce los déficits comerciales, son perjudiciales para los países que las imponen, en virtud que estas encarecen los bienes importados, haciéndolos más caros para los consumidores, quienes en primera instancia pierden su facultad de elegir y obviamente demandaran menos, haciendo que las empresas tiendan a reducir las plazas de trabajo. ¿Los ganadores?, grupos de interés, como grandes corporaciones, sindicatos y todos quienes se favorecen de la no competencia de productos importados, y ¿el perdedor? Los consumidores finales, cuya libertad de decidir a quién y a cuanto comprar se ve menoscabada.

Por otro lado Guillermo Ariza Dolla (2012, 13) menciona que pese a que los acuerdos comerciales establecen dos categorías de barreras comerciales (arancelarias y no arancelarias), en 1985 la UE publicó un libro blanco sobre obstáculos técnicos comerciales donde establece tres categorías: físicas, técnicas y fiscales; la primera retenciones de aduana y la última carga impositiva. Dentro de las técnicas menciona el sistema n + h + c (normalización + homologación + certificación) que constituyen el 95% de las barreras técnicas.

Alfonso J. Ballesteros Román (2001, 52) amplía el concepto, al definir a las barreras técnicas y sanitarias como un conjunto de normas que si bien buscan garantizar estándares de calidad en los productos, así como, asegurarse que cumplen con condiciones sanitarias y/o técnicas necesarias, su propósito muchas veces es difícil distinguir, reflejando en muchos casos deseos de restringir importaciones; en todo caso menciona las *normas fitosanitarias y veterinarias*, las *normas técnicas para la*

fabricación de productos, y las exigencias en materia de etiquetado, envase y embalaje, como las más importantes.

Este tipo de medidas, dentro de la legislación ecuatoriana se encuentran enmarcadas en el Art. 82 del Código, Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones que textualmente manifiesta: “Entre las medidas no arancelarias que prevé esta normativa se encuentran los contingentes no arancelarios, las licencias de importación, las medidas sanitarias y fitosanitarias, las reglamentaciones técnicas; y cualquier otro mecanismo que se reconozca en los tratados internacionales debidamente ratificados por Ecuador”, las cuales serán establecidas cuando acontezcan los casos establecidos en los ocho literales definidos en el Art. 78 del mismo cuerpo legal, de los cuales es necesario resaltar el literal f, pues es el único que guarda relación con el tema económico. “Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos”; las siete restantes tienen su justificación en preservar la salud humana, el medio ambiente, así como el respetar convenios internacionales.

En conclusión, las medidas no arancelarias son necesarias dentro del comercio internacional para precautelar los efectos que pudieran ocasionar los bienes importados, pero también buscan frenar importaciones y proteger a la industria nacional cuando las barreras arancelarias ya no son suficientes.

Adicionalmente, es importante detallar ciertas certificaciones, que si bien no son requisitos de importación, si constituyen instrumentos que el mercado exige, y que en un muy corto plazo pueden pasar a ser obligatorios. A continuación, los más importantes:

1.2.4.1. Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

Las BPM constituyen un conjunto de principios y recomendaciones técnicas aplicables durante el procesamiento de alimentos, cuyo fin es garantizar que los productos que sufran un proceso de transformación sean aptos e inocuos y que no puedan ser adulterados; minimizando y de ser posible eliminando riesgos de infección microbiológica, química y física de los productos que se manipulen en una planta de procesamiento de alimentos.

Los BPA persiguen básicamente el mismo objetivo, siendo la principal diferencia que su aplicación se da en las diversas etapas de la producción agrícola (Ministerio de Desarrollo Agropecuario de Panamá 2009, 116).

1.2.4.2. Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP)

El Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), es un sistema que busca identificar peligros específicos y establecer medidas de control con la finalidad de precautelar y garantizar la inocuidad de los productos alimenticios, sustentándose en pruebas científicas que evidencien peligros para la salud humana.

Es un instrumento que puede aplicarse en toda la cadena alimentaria, yendo desde el proveedor de la materia prima hasta el consumidor final. Busca evaluar los potenciales peligros para establecer sistemas de control que ayuden a prevenir y no solo a ensayar en productos finales.

Entre sus otras ventajas está el hecho de facilitar la inspección de las autoridades de control, así como, promover el comercio internacional al generar confianza en la inocuidad de los alimentos (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación 2005, 39)

En la UE la Directiva 94/43EC establece sin nombrarlo todos los pasos del sistema HACCP, exigiendo las evidencias de haberlo puesto en marcha a través de los registros, donde los industriales que ya hayan obtenido la ISO 9000, están obligados a adoptarlo (R. S. Acosta 2008, 160).

1.2.4.3. Certificación Global G.A.P

G.A.P son las siglas en idioma inglés de los que en español conocemos como Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), en consecuencia Global G.A.P no es más que la norma mundial líder de Buenas Prácticas Agrícolas a nivel internacional; que en 1997 se denominó EUREGAP, naciendo de una iniciativa del sector minorista británico agrupado bajo EUREP (Euro Retailer Produce Working Group) que en conjunto con los supermercados de Europa continental tomaron conciencia respecto a la inocuidad de los alimentos, el impacto ambiental, la salud, la seguridad y el bienestar de trabajadores y animales.

Actualmente, GlobalG.A.P es el programa líder a nivel mundial en aseguramiento, que ha conseguido que los requisitos del consumidor se reflejen en la producción agrícola de más de 135 países en todos los continentes (GlobalG.A.P).

1.2.4.4. Certificación Orgánica

La certificación orgánica nace de una necesidad de los mercados cuando la relación productor - consumidor se rompe y no permite avalar la integridad de los cultivos, en consecuencia, la certificación orgánica parte de inspeccionar y certificar cada etapa del producto, desde la semilla hasta el empaque final, es decir durante su siembra, cosecha, almacenaje, proceso y transporte que garantice todo su proceso (Soto 2003, 41)

En el Ecuador mediante el Acuerdo Ministerial N. 299, publicado en el Registro Oficial No. 34 del 11 de Julio de 2013, se ha expedido la Normativa General para promover y regular la Producción Orgánica, Ecológica y Biológica, cuyo objetivo es:

Establecer el marco general para promover la investigación, la transferencia de tecnología, la capacitación y regular la producción, procesamiento, comercialización, etiquetado, almacenamiento, promoción y certificación de productos orgánicos de origen agropecuario, incluido la acuicultura, en el Ecuador (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca 2013).

A esta se suma la Resolución No. DAJ-20133ec-0201.0099, emitida el 30 de septiembre de 2013, que resuelve expedir el Instructivo de la Normativa General para promover y regular la Producción Orgánica-Ecológica-Biológica en el Ecuador donde se establecen los objetivos y principios que permiten que una producción sea considerada orgánica, pues en resumen busca proteger la naturaleza y la salud humana con un uso sostenible y sustentable de los recursos naturales.

Capítulo tercero

1. Marco Metodológico

El presente capítulo establece el marco metodológico utilizado para el levantamiento de información primaria, una vez definido el universo de empresas a las cuales se aplicarán las técnicas de investigación, para concluir con un análisis específico sobre los resultados obtenidos.

1.1. Tipo de estudio

El estudio es de carácter cualitativo - descriptivo en vista que busca una primera aproximación a evidenciar la problemática e impactos que ha tenido la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea en las PyMES exportadoras de alimentos y bebidas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito dentro de un periodo de tiempo de menor a dos años. Para lo cual la investigación, en primera instancia, se apoyará en teorías clásicas y específicas para identificar la base con las que nacen dichos acuerdos de preferencias arancelarias, para posteriormente con el uso de herramientas cualitativas determinar si el impacto ha sido positivo o negativo en sus exportaciones.

1.2. Fuentes

Primarias: son todas aquellas de las cuales se origina directamente la información (Bernal 2006, 175), por cuanto con el fin de obtener datos de los actores principales del presente estudio se recabará información con el objetivo de establecer el impacto que la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea ha tenido en las ventas - exportaciones del universo de pequeñas y medianas empresas (PyMES) del cantón Quito. Para esto se efectuarán acercamientos con los departamentos de exportaciones y/o gerentes de dichas empresas.

Adicionalmente, se entrevistarán a dos expertos en comercio exterior, con el fin de obtener información de personas que tienen la experiencia y el conocimiento para aportar sobre temas inherentes al impacto del acuerdo comercial

Secundarias: Las principales fuentes secundarias de información en las que se sustentará la investigación son entre otros: Teorías del Comercio Internacional (1991), Teoría del Comercio Internacional (2005), Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y

sus estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú, por otra y anexos (2016), Información del Ministerio de Comercio Exterior, PROECUADOR, Servicio de Rentas Internas, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, tesis o estudios científicos donde se evidencien investigaciones similares al tema presentado, y en si toda información estadística relaciona a las PyMES publicada por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC).

1.3. Métodos

Empíricos: Teniendo en cuenta que la presente investigación es una aproximación por obtener información del impacto del acuerdo comercial con la Unión Europea en un periodo menor a dos años con un universo de 21 empresas, cabe un análisis cualitativo, que no es más que la comprensión subjetiva y las percepciones de y a propósito de la gente, símbolos y objetos, con un carácter de acercamiento a la verdad de la que carecen las técnicas cuantitativas (Ruiz Olabuenága 2012, 15). Las tres técnicas más comunes de obtención de datos cuando se realizan estudios cualitativos son la observación, la entrevista y la lectura de textos; que para la presente investigación requerirá de información cualitativa extraída de fuentes primarias (PyMES exportadores y expertos), haciendo uso de *entrevistas focalizadas*, las cuales “se centran en investigar ciertas cuestiones y con base en ellas focaliza la entrevista, quedando a discreción del encuestador sondear razones y motivos para esclarecer determinado factor, pero sin sujetarse a una estructura focalizada” (Ortiz Uribe 2004, 54).

El tipo de muestreo en una investigación cualitativa exige que el investigador seleccione aquellas unidades de las que crea puede obtener cantidad y calidad de información (Ruiz Olabuenága 2012, 65). En tal sentido, considerando que se tiene un universo de 21 empresas, se revisara cuales puede aportar con información de calidad; con la salvedad que alguna(s) de estas se nieguen a proporcionar información.

Teóricos: el presente estudio se basará en el método de Análisis – Síntesis, pues con esta metodología se descompondrá un todo en sus partes y cualidades, para luego unir las descubriendo la relación entre las variables involucradas en el fenómeno de estudio, así se podrán efectuar conclusiones y recomendaciones relacionadas a los resultados de la observación.

Se presentarán cifras desde el 2013 al 2018 para estas 21 empresas, mostrando tasas de crecimiento, con el fin de contrastar con el análisis cualitativo realizado, pues como bien remarca José Ignacio Ruiz Olabuénaga al hablar de las posturas pragmáticas

adoptadas por la mayoría de autores al referirse a la metodología cualitativa, existen dos postulados básicos, de los cuales es preciso soslayar que “la metodología cualitativa no es incompatible con la cuantitativa, lo que obliga a una reconciliación entre ambas y recomienda su utilización en aquellos casos y para aquellos aspectos metodológicos que la reclamen” (Ruiz Olabuenága 2012, 17), así “un número de señales indican que la integración cuantitativo-cualitativo es, no solo posible, sino, además, inevitable”

1.4. Población y muestra

Con el fin de establecer el impacto que el acuerdo con la Unión Europea ha causado dentro de las ventas nacionales de pequeñas y medianas empresas exportadoras de alimentos y bebidas domiciliadas en el Distrito Metropolitano de Quito, se recabo información de los directivos y/o jefes de comercio exterior del universo de empresas delimitadas, las cuales fueron definidas al cumplir con los parámetros de: encontrarse ubicadas en el cantón Quito, ser pequeñas y medianas empresas, dedicarse a la producción y/o comercialización de alimentos y bebidas (capítulos 03 al 22 del arancel nacional) y haber realizado envíos hacia la UE durante los últimos cinco años, encontrando un universo de 21 empresas; no obstante, con el propósito de obtener información de fuentes homogéneas solo a 15 de las 21 se entrevistó, en virtud que 6 de ellas (empresas B, D, E, K, M, O) carecen de representatividad por tener envíos esporádicos con bajo volumen y monto de ventas, que corresponden a muestras y no a exportaciones como tal.

Para llegar al universo de estas 21 empresas, se consultó en las estadísticas del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, todas aquellas empresas que han exportado a los 28 países de la UE desde el año 2013, ejecutando los filtros detallados en el párrafo anterior.

Una vez contactadas las 15 empresas que si efectúan exportaciones, se conoció que una de ellas, la empresa F ya no opera desde febrero del año 2018, y las empresas C, G, T y U se negaron a compartir información; por ende, solo 10 empresas aportaron al presente estudio, más la opinión de dos expertos (ver punto 11).

1.5. Entrevistas

De acuerdo con (Grande y Abascal 2007, 76) la entrevista es una técnica de carácter cualitativo, primaria y personal que suele utilizarse cuando el estudio que se

pretende realizar es de naturaleza exploratoria. Así, una entrevista termina siendo una conversación entre dos personas cuyo fin busca intercambiar información, sentimientos, opiniones e ideas. Al ser una técnica de orden cualitativo, persigue propósitos bien definidos, que en función del guion pueden ser de varios tipos: estructurada, semiestructurada y en profundidad.

Teniendo claro que el presente estudio busca obtener información tanto de las empresas exportadoras como de expertos en materia de comercio exterior, se hace necesario; para el primer caso, elaborar entrevistas de tipo semiestructurado, que como Grande y Abascal indican seguirá un guion establecido, pero se podrán introducir preguntas en la medida que las respuestas obtenidas lo determinen, pues como se mencionara en el acápite 3 de métodos empíricos el uso de entrevista focalizada investiga ciertas cuestiones que dejan a discreción del entrevistador el esclarecer determinado factor, sin sujetarse a una estructura focalizada, que considerando el hecho que el alcance del acuerdo comercial es muy amplio, y la muestra escogida se encuentra delimitada a cierto tipo de mercancías que las producen y/o venden ciertas empresas de una zona geográfica determinada, las entrevistas semiestructuradas y estructuradas suelen ser las más adecuadas (Grande y Abascal 2007, 77); y para el segundo caso, el mismo autor recomienda que es aconsejable entrevistas a profundidad, cuyo proceso implica un guion, fases y desarrollo, que al presente estudio se ajusta un guion por la naturaleza de la pregunta, la cual se formulara con mucha precisión para que no dé lugar a equívocos, explicando los objetivos, uso y lo que espera de él, optando por preguntas abiertas, que darán lugar a respuestas más elaboradas a puntos de vista y opiniones.

El presente estudio al utilizar como contraste información cuantitativa (volumen y montos exportados) conforme se detalla en el acápite 9, obtenida de fuentes confidenciales (estadística interna del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) no revelará el nombre de las empresas entrevistadas, a las cuales se asignará una letra del alfabeto (ver acápite 7) para mencionarlas dentro del presente documento, incluyendo a los entrevistados como parte de la misma.

Así, a fin de levantar la información necesaria para determinar el impacto del acuerdo comercial con la Unión Europea sobre las PyMES exportadoras de alimentos y bebidas ubicadas en el cantón Quito, se aplicarán entrevistas basadas en los guiones establecidos en los Anexos 1 y 2.

2. Unión Europea

La Unión Europea es una asociación económica y política conformada por 28 países del continente europeo, creada en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, cuyos primeros pasos se centraron en fomentar la cooperación económica con la idea de que el comercio crea una interdependencia entre los países, a la vez que reduce las posibilidades de conflicto.

En 1958, Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos fueron los únicos países que conformaron la denominada Comunidad Económica Europea (CEE); desde entonces se han unido a ellos otros 22 miembros, creando un enorme mercado, que pese a comenzar como una unión meramente económica ha evolucionado hasta convertirse en una organización activa en todos los frentes políticos, desde el clima hasta el medio ambiente y desde la salud hasta las relaciones exteriores y la seguridad, pasando por la justicia y la migración, cambiando al nombre de Unión Europea (UE) en el año de 1993.

Las instituciones que forman parte de su sistema de integración son: El Parlamento Europeo, el Consejo Europeo, el Consejo de la Unión Europea, la Comisión Europea, el Tribunal de Justicia (TJUE), el Banco Central Europeo (BCE), el Tribunal de Cuentas Europeo (TCE), el Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE), El Comité Económico y Social Europeo (CESE), el Comité Europeo de las Regiones, el Banco Europeo de Inversiones (BEI), el Defensor del Pueblo Europeo, el Supervisor Europeo de Protección de Datos (SEPD) y Organismos Interinstitucionales; de las cuales el Consejo Europeo se encarga de la dirección política general, dejando el poder de legislar al Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea (Unión Europea).

El principal motor económico de la UE es el mercado único, que permite que la mayoría de las mercancías, servicios, personas y capital puedan circular libremente. La UE pretende desarrollar este enorme recurso en otros campos, como la energía, los conocimientos y los mercados de capitales, para que los europeos puedan aprovechar al máximo todas sus ventajas (Unión Europea)

A lo largo de su existencia, este bloque económico ha contribuido a elevar el nivel de vida de sus habitantes y ha creado el euro como una única moneda europea, la cual es utilizada por más de 340 millones de ciudadanos en 19 países que la conforman, con la cual “se ha pretendido, y en parte logrado, rebajar costes del capital e

intermediación financiera, beneficiar los intereses de las empresas, y estimular el empleo y la inversión” (García 2017, párr. 7).

La liberalización de los flujos de capital dentro del mercado europeo dio inicio desde el Tratado de Maastricht de 1994, hasta llegar a la actualidad a movimientos de capitales y pagos libres de toda restricción entre los estados miembros, así como con terceros, encargándole al Tribunal de Justicia de la Unión Europea la interpretación de todas las disposiciones relativas a la amplia jurisprudencia que al respecto existe. En este ámbito, las únicas restricciones justificadas están establecidas en el artículo 65 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), siendo importante mencionar las de orden o de seguridad pública, bajo la cual se cobijaron Chipre en el 2013 y Grecia en el 2015 con el fin de evitar la salida incontrolable de capital (Parlamento Europeo).

El proyecto de la Unión del Mercado de Capitales cuyo objetivo se basa en mejorar la circulación de capitales y el acceso a la financiación de las empresas ha priorizado siete categorías: 1) Control más efectivo para acelerar la integración de los mercados, 2) Marco regulatorio mejorado para el acceso a los mercados por parte de las PyMES, 3) Aprovechar nuevas tecnologías en productos financieros, 4) Usar los mercados de capital para robustecer la financiación que realiza en la economía real el sistema bancario, 5) Apuntalar en inversiones sostenibles el liderazgo de la Unión Europea, 6) Inversión transfronteriza y 7) Apoyo al desarrollo de los mercados de capital locales y regionales (Gastón 2017)

Respecto al mercado laboral, Europa prevé una reducción del porcentaje de personas en edad de trabajar sobre la población total. Para el 2050 las proyecciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico indican una caída del producto per cápita, 14 % en Alemania, 16 % en Italia y 22 % en España, ante lo cual serán necesarias reformas estructurales urgentes que hagan crecer la productividad y desbloquear el potencial laboral no utilizado; así incrementar la parte activa de la población reduciendo el desempleo estructural. (Banco Central Europeo 2016).

En cuanto a los factores que influyen en la competitividad industrial, el Informe sobre competitividad europea de 2014 (Comisión Europea 2018) concluye que la UE ha mantenido su competitividad en los sectores manufactureros, debido a que cuentan con mano de obra calificada, a que los bienes exportados manejan un alto contenido europeo en su composición, y a las ventajas comparativas, relacionadas con productos complejos y de alta calidad; siendo igualmente influyentes, la administración pública, la

innovación y el precio de la energía, estas dos primeras apoyando de manera positiva, pues la eficacia de la primera ayuda al crecimiento de las empresas y la innovación de productos con fuentes de empleo a lo largo del ciclo empresarial, y finalmente de forma negativa el precio de la energía (electricidad y gas) que al ser muy elevado encarece el producto final.

Como aspecto relevante de datos macroeconómicos generales de la UE, se debe mencionar que para el año 2017, el tamaño de la economía de la UE está representada por un PIB de 15,3 billones de euros; y en lo que respecta a su comercio, si bien se conoce que el 64% lo realiza con otros países de su mismo bloque, aproximadamente el 15,6% de importaciones y exportaciones lo efectúa con países del resto del mundo, colocándose para el año 2016 en segundo lugar con el porcentaje más elevado de exportaciones e importaciones a nivel mundial. Junto a China y Estados Unidos son los tres mayores actores del comercio mundial; si hablamos de exportaciones, con el primero (China, 16,1% - 2014, 17% - 2016) fue superado por primera vez en su historia en el año 2014, no obstante, todavía se mantiene por delante del segundo (Estados Unidos, 11,8% - 2014) (Unión Europea) . Para el año 2017 según el Reporte de Implementación de Acuerdos de Libre Comercio de la UE, el comercio total de la UE fue de 1179 billones de euros, de los cuales 637 billones de euros corresponden a exportaciones y 542 billones de euros a importaciones (Comisión Europea 2018, 8)

3. Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea

Pese a que el expresidente Rafael Correa Delgado antes de asumir el mandato había criticado abiertamente los Tratados de Libre Comercio (TLC) con grandes economías, tal como se puede evidenciar en la introducción con la que aporta al escrito “El rostro Oculto del TLC” donde ávidas cuentas manifiesta que:

“Una liberalización comercial a ultranza entre economías con grandes diferenciales de productividad y competitividad significa graves riesgos para los países de menor desarrollo relativo dada la probable destrucción de su base productiva, y, con ello, la destrucción de puestos de trabajo sin capacidad de crear nuevos empleos, todo lo cual constituye una verdadera bomba social.” (Alberto Acosta 2006, 12)

Debió reconsiderar la firma del acuerdo comercial con la UE, una vez que el año 2011 conociera de la finalización del Sistema General de Preferencias (SGP) a partir del 1 de enero de 2014, en consecuencia, mediante una reunión presidencial mantenida con la

canciller alemana Angela Merkel en abril de 2013 en Berlín, expresaron su voluntad por un libre comercio (El Universo 2013).

Es así, que el 23 de diciembre de 2016 el Ecuador publica en el Registro Oficial No. 807 el “Protocolo de adhesión del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú por otra, para tener en cuenta la adhesión de Ecuador”, como resultado de las negociaciones que se cerraron el 17 de julio de 2014. Este acuerdo es el mismo que negociaron Colombia y Perú, pero con ciertas especificidades para el Ecuador conforme a lo determinado por su Constitución en referencia a su modelo de desarrollo.

Javier Andrés Latorre Vaca en su tesis “El desarrollo de las negociaciones en el Acuerdo Comercial Multipartes de la UE con Ecuador” (Latorre Vaca 2017, 59-88), específicamente en el capítulo 3, habla sobre las diferencias entre el Acuerdo del Ecuador con la UE y el Acuerdo de Colombia y Perú. Tal desarrollo manifiesta en primera instancia que el tipo de acuerdo que Ecuador ha firmado con la UE es un Acuerdo de Libre Comercio, al cual Ecuador el 17 de julio de 2009 antes de la quinta ronda suspende la negociación de multipartes (no obstante, continuó participando como observador de los textos y propuestas, excepto la ronda de cierre), a criterio de un escaso avance que presione por la solución del diferendo del banano y una necesidad de redefinir la negociación, en aras de conseguir un acuerdo que sea favorable para la mayoría de productores nacionales y no para unos pocos, y menos aún a transnacionales europeas. Igualmente, refiere varios artículos de la constitución del Ecuador y empata con artículos del acuerdo, respecto a soberanía, arbitraje, propiedad intelectual como puntos de inflexión para que Ecuador considere inaceptable en su momento la firma del Acuerdo.

El mismo documento presenta las modificaciones significativas del texto principal del acuerdo y sus anexos, para el Ecuador, marcando las diferencias firmadas por sus pares - que a continuación se resumen - direccionando a los lectores a consultar la presente referencia bibliográfica en aras de obtener información más detallada que la que aquí de forma general se presenta:

Respecto al *Acceso a mercados* el autor manifiesta que “el Ecuador privilegió el acceso para sus productos agrícolas, agroindustriales y pesca; mientras que la UE buscó acceso para productos principalmente industriales” (Latorre Vaca 2017, 77) y muestra un cuadro comparativo (Ver *Tabla 4.4 Comparativo de las Preferencias otorgadas por y a la UE por “canastas”* del documento bibliográficamente referenciado) de las

preferencias otorgadas por y a la UE con Colombia, Perú y Ecuador, donde este último, tuvo un mayor porcentaje de liberación en la apertura de forma inmediata, y excluyó más bienes que sus similares. Para Ecuador era sensible el sector automotriz, lácteo, cereales, cárnicos y licores y para la UE el banano; que valga decir, Ecuador obtuvo un mejor tratamiento en materia arancelaria que el resto del mundo.

En lo referente a productos agrícolas el acuerdo libera el 99,7% de su oferta exportable y 100% para productos industrializados. Por ejemplo, permitirá el acceso sin aranceles al mercado europeo, de rosas, palmito, café, cacao, aceite de palma, margarinas, chocolates, jugos, confites de frutas, mermeladas, cereales, vegetales y demás, en cuanto a bienes agrícolas se refiere.

En materia de *Defensa Comercial* el Ecuador obtuvo una cláusula que le permite usar una salvaguardia bilateral para la industria naciente, al demostrar que la importación de un determinado producto ha aumentado de tal forma que puede causar afectación en los productores nacionales.

En cuanto a *Propiedad Intelectual* el Ecuador consiguió que se le aplique la Convención para la Protección de las Obtenciones Vegetales (UPOV) de 1978, y no la versión modificada de 1991 que le aplican a sus países vecinos, lo cual le permite tener la potestad de permitir que sus agricultores intercambien semillas libremente; así como también, la moratoria de 5 y 10 años para la protección de los datos de prueba, para farmacéuticos y agroquímicos, respectivamente.

En referencia a la *Contratación Pública* el autor menciona que se dieron a Ecuador “múltiples excepciones específicas, umbrales diferenciados, manejo de listas positivas, cláusula de “desagregación tecnológica” y moratoria de los umbrales hasta 2018.” y “En servicios el reconocimiento de la situación de excepcionalidad prevista en la legislación nacional con relación servicios públicos y sectores estratégicos.” (Latorre Vaca 2017, 85)

Finalmente, el acuerdo se firma, teniendo en cuenta que la Unión Europea en los últimos años ha ocupado el primer lugar de las exportaciones de productos no tradicionales, cuyo resultado es el ingreso de los productos ecuatorianos libres de aranceles y obstáculos a una región de elevado poder adquisitivo, conformada por 28 países con más de 500 millones de habitantes, que como se puede evidenciar a continuación, si bien tiene tasas de crecimiento negativas en los periodos 2014 y 2015, genera aumentos desde el 2016 en adelante, con un significativo crecimiento del 12,07% para el año 2017.

Tabla 5
Exportaciones Ecuador - Unión Europea

Periodo	Exportaciones totales (USD millones de dólares)	Exportaciones EC-UE (USD millones de dólares)	Representatividad UE en exportaciones totales	Tasa de crecimiento
2013	24.750,90	3.011,10	12,17%	
2014	25.724,40	2.981,30	11,59%	-0,99%
2015	18.330,60	2.773,00	15,13%	-6,99%
2016	16.797,70	2.831,70	16,86%	2,12%
2017	19.122,50	3.173,40	16,60%	12,07%
2018	21.606,10	3.268,90	15,13%	3,01%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín 2004: febrero 2019

Elaboración propia

4. Experiencias de otras naciones al firmar acuerdos comerciales con bloques económicos

Este acápite busca presentar de forma general las experiencias que otras naciones han tenido al firmar acuerdos de libre comercio con grandes bloques económicos, de manera que se evidencie su problemática e impactos netamente económicos y poder avizorar un posible panorama de lo que podría suceder con Ecuador una vez que ha firmado un acuerdo comercial con un gran grupo económico como la UE.

Previo a detallar experiencias de otras naciones, es necesario acotar que son los acuerdos de asociación y los tratados de libre comercio. Así, para Luis Xavier Grisanti (2004, 2) “El Dialogo Político y la Cooperación al Desarrollo son conceptos indivisibles de los Acuerdos de Asociación Económica y Libre Comercio o de IV Generación suscritos por la UE”, siendo “superiores en contenido y profundidad a los de III Generación, los cuales no contemplan, entre otros aspectos, la participación de terceros países en los programas de cooperación que la propia comunidad europea ofrece a sus estados miembros”, es decir que a diferencia de los tratados de libre comercio, que para Alberto Acosta y Fander Falconí no liberalizan la totalidad de bienes y servicios, manteniendo reglas para un comercio asimétrico, con protección en sectores sensibles, donde siempre se espera mayores aperturas de la contraparte; no hay dialogo político ni cooperación para el desarrollo, las cuales implican entre algunas cosas, otorgamiento de fondos comunitarios no reembolsables y acuerdos de cooperación científica y tecnológica (Acosta y Falconí 2005, 45).

A nivel de Latinoamérica, Chile y México son ejemplos de integración con la UE, así, como Perú y Colombia en representación de la Región Andina.

Las relaciones Unión Europea - América Latina han pasado por tres etapas, la primera en el decenio de los setentas y 1982 cuando la crisis de la deuda condiciona un cambio en las relaciones económicas de la región, conllevando a que las exportaciones crecieran lentamente y finalizaran con un saldo negativo en la balanza comercial para los países latinoamericanos y su participación en las importaciones comunitarias, las cuales se redujeron considerablemente en virtud de la recesión económica mundial, que condujo a un proteccionismo comunitario. La segunda, caracterizado por críticas menos intensas a tal proteccionismo, impulsado por la crisis de la deuda y la escasez de divisas que redujo las importaciones generando un saldo positivo en la balanza comercial. La tercera en la década de los noventa donde para el año 1998 Latinoamérica alcanzo un déficit comercial acumulado con la Unión Europea de casi 17.000 millones de dólares, cifra que represento el 39,83% del total de las exportaciones latinoamericanas a la UE hasta esta fecha (Sanahuja 2000, 11).

Actualizando las cifras, acorde a la (CEPAL 2018, 82) el comercio de la región con la Unión Europea desde los años 2000 hasta el año 2011 fue equilibrado, donde los superávits de América del Sur compensaban las caídas de América Central, sin embargo, para los años 2014 -2016 el intercambio entre América Latina y el Caribe con la Unión Europea acumulo una caída del 23% respecto a su máximo de 278.000 registrado en el 2013. Para el año 2017, el comercio entre dichas regiones alcanza un 9% más de lo registrado en el 2016.

Los acuerdos establecidos con Chile, México y Mercosur en 1995 y 1997 llamados “acuerdos de cuarta generación” se firman como un nuevo modelo de asociación basado en el dialogo político, la cooperación económica reforzada y la apertura de negociaciones para un intercambio comercial reciproco y de progresiva liberación. Dentro del ámbito del proteccionismo un estudio realizado en el año 2000 por José Antonio Sanahuja indica que si bien en mayo de 1992 se logró la reforma a la Política Agraria Común (PAC) culminando el 15 de marzo de 1994 con la firma del Acta Final en las negociaciones de la “Ronda Uruguay” del GATT, no satisfizo las demandas latinoamericanas, pese a que incluyo una significativa reducción de aranceles y subsidios agrarios y la progresiva conversión en derechos de aduana a barreras no arancelarias, por cuanto, la reducción no fue tan profunda ni tan rápida como esperaban. Al respecto la Unión Europea ha respondido que los obstáculos se encontraban más en un proteccionismo comunitario, en las escasas exportaciones latinoamericanas y en su falta de adaptación a las normas y exigencias del mercado europeo (Sanahuja 2000, 9).

En cuanto a la Región Andina, si tomamos a Colombia como ejemplo, vemos que dicha nación vio necesario la firma de un acuerdo con la UE en vista del vencimiento de preferencias arancelarias con el Sistema Generalizado de Preferencias – SGP-PLUS al 31 de diciembre de 2013 (situación similar para Ecuador), pues evidenciaron que la UE ocupaba el primer lugar en el mundo en compra y venta de servicios, con valores de USD 784.286 millones y USD 644.360 millones, respectivamente, a la cual ellos habían incrementado sus ventas en 2.1% en 2012; y que este bloque económico representaba el PIB más grande del mundo con el 20% del PIB mundial (Ministerio de Industria y Turismo de Colombia 2013)

A tres años de la firma de este acuerdo se evidencian impactos en la economía colombiana, pasando de un superávit de 2900 millones en el año 2012 a un saldo negativo de 1960 millones en 2015, que valga decir, no solo se da por la firma del acuerdo sino también por la caída del precio del petróleo y sus derivados. No obstante, las exportaciones de productos primarios de Colombia a la UE al año 2016 se ha mantenido alrededor del 90%; evidencia impactos socioeconómicos en lo laboral y ambiental, economía ilegal por evasión de impuestos y blanqueo de dinero; mecanismos de verificación, pues los informes anuales de la UE carecen de una evaluación detallada de los impactos en la estructura economía colombiana (Transnational Institute y la Oficina Internacional de Derechos Humanos Acción Colombia ODHACO 2016)

Jaime Rafael Ahcar Olmos (Ahcar 2018, 174) en su publicación: “El potencial de Colombia para el comercio con la Unión Europea y otros grandes mercados mundiales” realizada en agosto de 2018 - con el fin de contribuir a la eficacia de la política comercial y definir planes de expansión de las empresas a mercados internacionales - aplica un estimador de pseudo-máxima verosimilitud de Poisson para establecer predicciones del comercio internacional colombiano con un grupo de países de la Unión Europea, concluyendo que los residuos relativos promedio de Colombia para los tres últimos años de su panel (1980-2012) indican un potencial exportador sin explorar con países como Alemania, Austria, Republica Checa, Finlandia, Francia, Grecia, Polonia, Rumania y Suecia; un nivel de comercio excesivo con Bélgica, España, Países Bajos y Portugal; Irlanda y Reino Unido dentro de la norma e Italia con algún potencial; y por otro lado, indica que el potencial exportador de la Unión Europea a Colombia apunta a un resultado más estable, pues las grandes economías de la Unión Europea parecen haber agotado su potencial, no obstante, las economías de Republica

Checa, Grecia, Hungría, Irlanda, Polonia, Portugal y Suecia consideran atractivo y prometedor el mercado de consumo colombiano.

Perú, por otro lado, quien fue el tercer país de América Latina en implementar un acuerdo comercial con la UE (bloque económico al cual envía el 15% de sus exportaciones) a cinco años del acuerdo, según fuente de la Revista Gestión de Perú, ha logrado impulsar la diversificación de su oferta exportable y contribuir a un clima de negocios que atrae inversores y empresas europeas, no obstante las barreras técnicas han sido su mayor problema sobre el cual piensan dialogar (Revista Gestión 2017).

Según informe de la Red Peruana por una Globalización con Equidad (Fernández y Maldonado 2015) en materia agraria y salud alimentaria la Unión Europea no acepto desmontar los subsidios (ayudas internas que representan el 65% del total de subsidios) otorgados a su industria, argumentando que son medidas de política interna y que solo serán negociadas en el ámbito de la OMC. Perú tendrá un acceso limitado de productos con cuotas anuales respecto a productos como el arroz, azúcar y banano orgánico; sumado a barreras no arancelarias de tipo fitosanitarias, salud, inocuidad, etiquetado, envasado, ensamblaje, transporte, seguridad, etc., que constituyen verdaderas restricciones que no han sido discutidas y que la Unión Europea las justifica en base a normas europeas internas.

En lo que respecta a cifras, el sector agroexportador peruano durante el periodo 2013-2014 evidencio un incremento del 23,70% (Cossio Carlin 2015, 4) y para el año 2016, el intercambio comercial entre Perú y la Unión Europea registró un incremento de 5,2% sumando USD 10.254 millones, lo cual representó un saldo positivo en la balanza comercial a favor de Perú de USD 732 millones. Para el mismo periodo, el total de sus exportaciones alcanzaron los USD 5.493 millones, correspondiendo USD 2.538 a productos no tradicionales, principalmente paltas, cacao, espárragos, mangos, uvas, pota, calamar congelados, cinc sin alear y arándanos, con un comportamiento positivo de 8% (Unión Europea 2017)

En resumen, se puede evidenciar que la Unión Europa dentro de los acuerdos comerciales firmados mantiene un proteccionismo al sector agrario y si bien reduce las cargas arancelarias, no lo hace con los subsidios y barreras no arancelarias, siendo este el principal obstáculo para el intercambio de mercancías. En consecuencia, solo un mejor uso del acuerdo, de la diversificación de la oferta exportable, calidad de las exportaciones y avances en las negociaciones multilaterales ayudaran a los países latinoamericanos a obtener mayor provecho de la firma de estos acuerdos.

Economías de países en vías de desarrollo con diferente dotación de factores, estructura productiva y capacidades organizativas es claro que presentaran dificultades al firmar acuerdos comerciales con grandes bloques económicos, en tal sentido sus factores deben marcar la estructura productiva a mediano y largo plazo si quieren sacar provecho de la apertura económica y competir sin verse afectados (SISBID Sistema de Bibliotecas 1998).

5. Pequeñas y medianas empresas - PYME sector alimentos y bebidas

Como un preámbulo previo a detallar las PyMES dentro del sector en estudio, es necesario tener un concepto general de las mismas y su influencia dentro de la economía nacional, en tal sentido según datos del último Censo Nacional Económico efectuado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), marcaba que 3 de cada 10 empleos son generados por pequeñas y medianas empresas, y aun cuando representan el 90% de las unidades productivas con un 50% de la producción y casi el 100% de los servicios que un ecuatoriano usa diariamente, solo 1% sobrevive más de diez años; situación que se produce por el deficiente manejo de su capital, derivado de malas decisiones financieras por parte de sus directivos, así como, la falta de diagnóstico empresarial (Peña 2013).

Para el año 2016 el empleo se encontraba acogido en un 47,8% por grandes empresas, 22,6% por medianas, 24,2% por pequeñas y 5,4% por microempresas (INEC 2016), es decir que el 46,8% del empleo lo generan las PyMES. Al revisar la oferta exportable de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la exportación de alimentos y bebidas (ver acápite 8), es importante mencionar que algunas venden productos primarios sin valor agregado y otras con un grado de elaboración, en consecuencia las cifras de empleo por rama de actividad, indican que a marzo de 2018, el 28,3% se encontraba representado por la agricultura, ganadería caza, silvicultura y pesca y el 11,7% por la industria manufacturera (Banco Central del Ecuador 2018).

(Yance Carvajal, y otros 2017) al establecer las actividades económicas a las cuales se encuentran abocadas las PyMES en el Ecuador, tomando como fuente el censo económico del INEC determinan un total de 179 830 PyMES, repartidas en 113 580 dedicadas a Servicios, 45 659 a Comercio, 9 747 a Manufactura, 9 549 a Agricultura y 1 295 a Explotación y Minas; concluyendo que son un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo, con adaptación a su gestión, estructura y procesos conforme lo cambiante del entorno, que apoyan al desarrollo y transformación de la matriz

productiva, ajustándose a los requerimientos del clientes y necesidades del mercado El afán de internacionalización a la hora de vender bienes y/o servicios se ve representado por el 2,2% y 5,1% de pequeñas y medianas empresas, respectivamente, lo cual según Wilson Araque y Andrés Argüello “se convierte en un indicador de que en el medio de la internacionalización de las Pymes del Ecuador, a pesar de que algunas ya han experimentado el relacionamiento con compradores internacionales, todavía [tienen] un camino por recorrer” (Araque y Argüello 2015, 3)

6. Caracterización de las Pymes exportadoras de alimentos y bebidas

Al revisar el panorama general del sector manufacturero y su representatividad dentro del PIB ecuatoriano, así como, su crecimiento en esta última década, se exponen cifras dentro del periodo 2008 y 2017.

Tabla 6
Representación PIB – Industria Manufacturera (Millones de USD - 2007)

Período / Industrias	Manufactura (excepto refinación de petróleo)		PIB	Tasa de crecimiento
	Millones USD de 2017	Representación en el PIB		
2008	7.642,20	14,09%	54.250,41	
2009	7.583,50	13,90%	54.557,73	-0,8%
2010	7.765,50	13,75%	56.481,06	2,4%
2011	8.261,50	13,56%	60.925,06	6,4%
2012	8.599,20	13,36%	64.362,43	4,1%
2013	8.784,90	13,01%	67.546,13	2,2%
2014	8.803,00	12,56%	70.105,36	0,2%
2015	8.731,90	12,44%	70.174,68	-0,8%
2016 (sd)	8.655,00	12,49%	69.314,07	-0,9%
2017 (p)	8.963,90	12,63%	70.955,69	3,6%

(sd) semi-definitivo

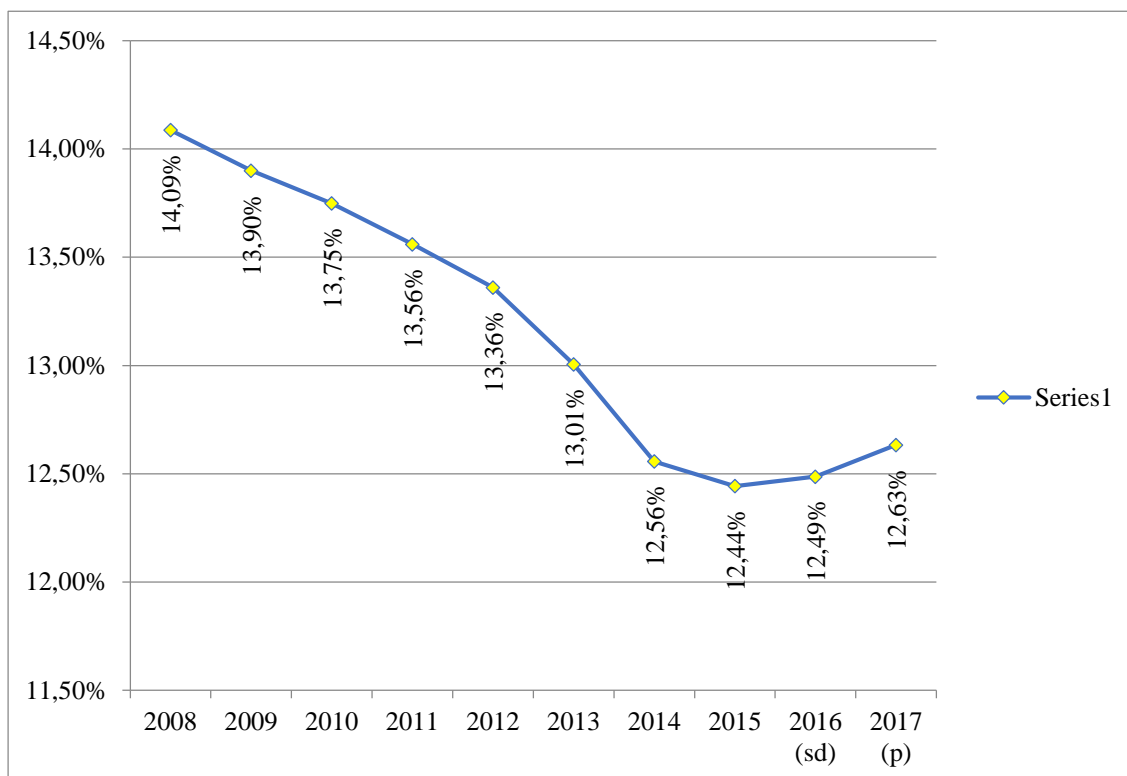
(p) provisional

(py) proyección

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)

Elaboración: Autor

Gráfico 2
Representación Gráfica PIB - Industria Manufacturera



Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)

Elaboración: Autor

Desde el periodo 2008 hasta el 2017 se evidencia una disminución de 1,46 puntos porcentuales dentro de la participación del PIB total, lo cual al contrastar con las tasas de crecimiento, tuvo saldos negativos en los años 2009, 2015 y 2016, debido a la aplicación de medidas de defensa comercial a una gran cantidad de bienes importados, que repercuten en los costos de materias primas y bienes de capital necesarios para la producción, no obstante, se observa una recuperación positiva de 3,6% para el periodo 2017, una vez que tales medidas fueron desmontadas en junio del 2017.

En lo que respecta a la industria de alimentos y bebidas dentro del sector manufacturero, si bien se ha mantenido en un rango del 29% y 34% de participación dentro de la década 2007 - 2017, es positivo el hecho de que su participación dentro del PIB manufacturero ha ido al alza, con tasas de crecimiento positivas, excepto para el año 2016 donde debido a la situación económica del país y los impuestos aplicados a productos del sector, registro un mínimo decrecimiento de 0,17%.

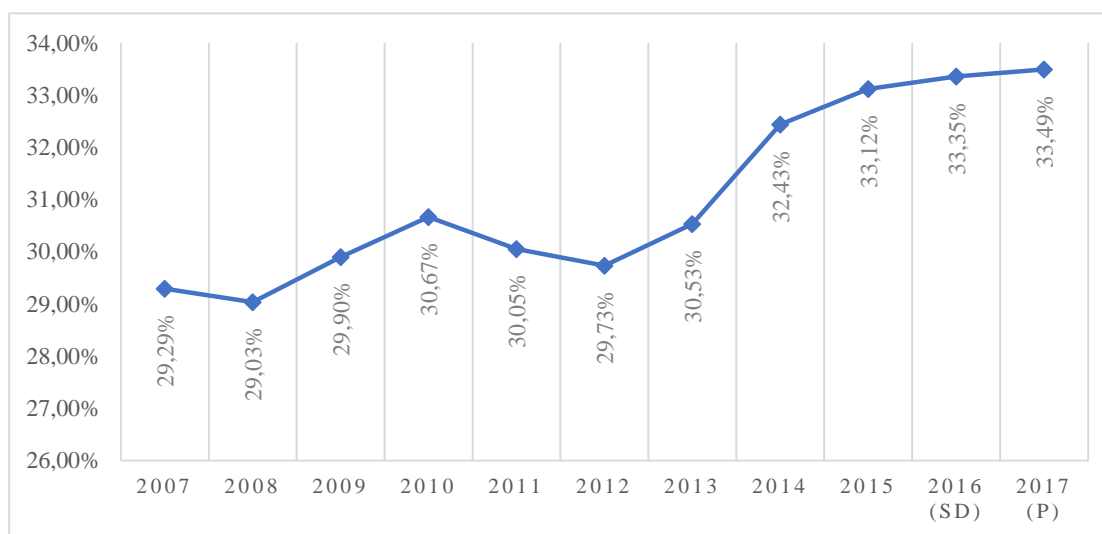
Tabla 7
Representación PIB sector alimentos y bebidas en Industria Manufacturera (Miles de USD)

Periodo	PIB manufactura (PM)	PIB sector alimentos y bebidas (PAyB)	Participación PAyB dentro PM	Tasa de crecimiento (PAyB)
2007	7.003.937	2.051.473	29,29%	-----
2008	7.642.217	2.218.693	29,03%	8,15%
2009	7.583.451	2.267.313	29,90%	2,19%
2010	7.765.521	2.381.517	30,67%	5,04%
2011	8.261.467	2.482.766	30,05%	4,25%
2012	8.599.236	2.556.969	29,73%	2,99%
2013	8.784.903	2.682.295	30,53%	4,90%
2014	8.803.002	2.855.189	32,43%	6,45%
2015	8.731.878	2.891.711	33,12%	1,28%
2016 (sd)	8.655.006	2.886.854	33,35%	-0,17%
2017 (p)	8.963.932	3.001.991	33,49%	3,99%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)

Elaboración propia

Gráfico 3
Representación gráfica PIB sector alimentos y bebidas en Industria Manufacturera



Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)

Elaboración propia

En el Ecuador, el sector de alimentos es la principal actividad manufacturera por su importante producción primaria, registrando tasas de variación positivas desde el año 2008 al 2015, con un crecimiento promedio anual de 3,4% y un 6,9% de participación en el PIB total para el periodo 2017 (Ekos Negocios 2017)

6.1. Producción del sector alimentos y bebidas

En cuanto a producción se refiere, dentro del sector manufacturero del país, la industria de alimentos y bebidas se encuentra en primer lugar con un aporte promedio desde el año 2007 de 37,2%, que conforme a publicación de la Revista Ekos se debe a que “Ecuador genera variedad de alimentos y ha desarrollado una industria en esta rama. En parte se importan insumos y también bienes de capital, lo que hace que su evolución también dependa de la de la demanda interna y de las medidas de comercio exterior que se hayan adoptado.” (Ekos Negocios 2018, párr. 1)

Tabla 8
Participación productiva de la industria de alimentos y bebidas

Periodo	Total industria manufacturera (IM)	Total industria alimentos y bebidas (IAyB)	% Participación producción (IAyB) EN (IM)	Tasa de crecimiento IAyB
2007	22.396.517	8.048.009	35,90%	-
2008	24.396.817	8.388.604	34,40%	4,20%
2009	23.841.000	8.704.795	36,50%	3,80%
2010	24.640.381	9.138.029	37,10%	5,00%
2011	26.275.697	9.568.573	36,40%	4,70%
2012	27.313.556	9.871.709	36,10%	3,20%
2013	28.372.165	10.266.142	36,20%	4,00%
2014	29.347.106	11.079.962	37,80%	7,90%
2015	29.281.734	11.420.464	39,00%	3,10%
2016 (sd)	28.979.410	11.511.267	39,70%	0,80%
2017 (p)	30.024.141	12.001.028	40,00%	4,30%

(*) En miles de dólares

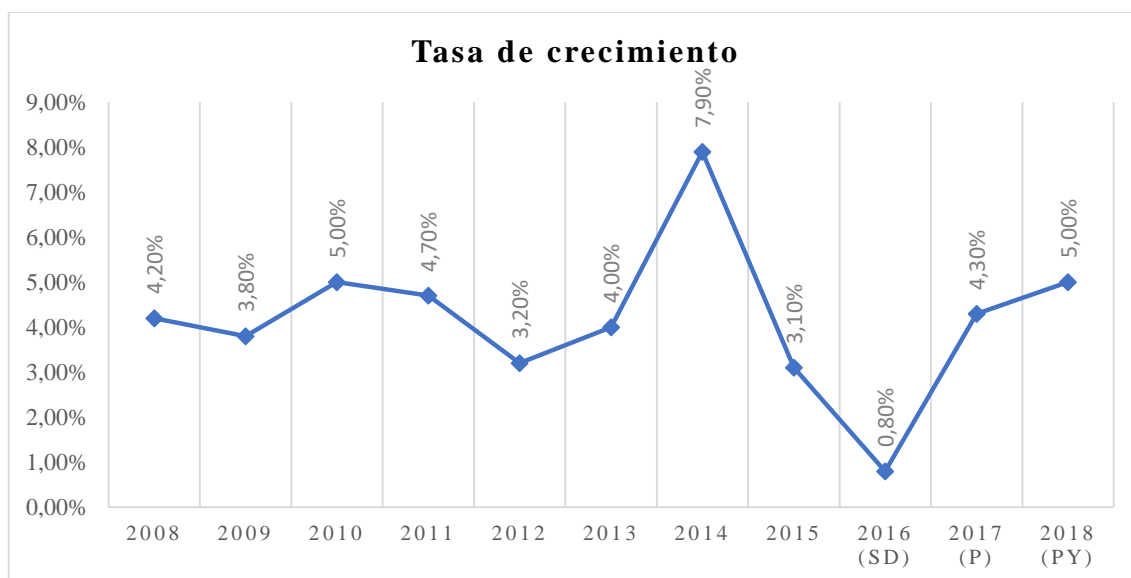
(sd) semi-definitivo

(p) provisional

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)

Elaborado por: Autor

Gráfico 4
Tasa de crecimiento - Industria de alimentos y bebidas



Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)

Elaborado por: Autor

A pesar de ser un sector que en la última década ha tenido tasas de crecimiento positivas, se evidencia un bajo crecimiento en el año 2016, causado por la aplicación de salvaguardias en el periodo 2015, que como se acotara líneas arriba, encarece las materias primas y bienes de capital, sin embargo, crece en 4,3% para el 2017 y según las proyecciones oficiales prevén un crecimiento de 5,0% para el 2018 (Ekos Negocios 2018).

6.2. Estructura de la Industria Alimentaria

Tomando como referencia el año 2017, la estructura de la industria de alimentos y bebidas se encuentra compuesta conforme el siguiente detalle:

Tabla 9
Composición industria alimentaria 2017

No.	Descripción del tipo de Industria Alimentaria	% participación
1	Procesamiento y conservación de camarón	21,60%
2	Procesamiento y conservación de carne	18,00%
3	Elaboración de aceites y grasas origen vegetal y animal	9,10%
4	Elaboración de productos lácteos	7,90%
5	Elaboración de productos de molinería	7,30%

No.	Descripción del tipo de Industria Alimentaria	% participación
6	Elaboración de otros productos alimenticios diversos	5,30%
7	Elaboración bebidas alcohólicas	5,20%
8	Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	4,90%
9	Elaboración de productos de la panadería	4,80%
10	Procesamiento de pescado y otros productos acuáticos elaborados	3,90%
11	Elaboración de bebidas no alcohólicas	3,90%
12	Elaboración de alimentos preparados para animales	3,10%
13	Elaboración y refinación de azúcar	2,60%
14	Elaboración de café	1,60%
15	Elaboración de fideos y de otros productos farináceos	0,70%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales N. 30 (2007-2017p)
Elaboración propia

Como se puede evidenciar, las actividades con mayor representatividad dentro de la industria alimentaria son la de procesamiento y conservación de camarón, pescado y otros productos acuáticos elaborados, las cuales aportan con el 25,5% del total; seguido por la industria de procesamiento y conservación de carne con un 18%.

6.3. Exportaciones del sector alimentos y bebidas EC - UE

Conociendo que la Unión Europea es actualmente el segundo principal destino de las exportaciones ecuatorianas, con un incremento de 72,4% entre 2005 y 2016, manteniendo una balanza comercial positiva, específicamente en lo que a bienes agrícolas se refiere (Delegación de la Unión Europea en Ecuador 2017), es necesario conocer cifras del comercio exterior ecuatoriano en lo referente al sector exportador de alimentos y bebidas, su representatividad dentro del total exportado y sus tasas de crecimiento; en consecuencia, se expone información estadística tomada del Banco Central del Ecuador (2019).

Tabla 10
Exportaciones Ecuador - Unión Europea de alimentos y bebidas

Periodo	Alimentos y bebidas (AyB)		Exportaciones EC-UE (en miles de USD)	Representatividad alimentos y bebidas en total exportaciones	Tasa de crecimiento exportaciones AyB
	TM (Peso Neto en miles)	FOB (en miles de USD)		EC-UE	
2013	1.888.351,20	2.479.486,00	3.011.079,10	82,35%	
2014	2.243.678,50	2.655.336,70	2.981.293,40	89,07%	7,09%
2015	2.297.561,80	2.469.321,90	2.772.951,20	89,05%	-7,01%
2016	2.370.534,00	2.558.747,90	2.831.659,30	90,36%	3,62%
2017	2.586.586,30	2.898.145,20	3.173.406,50	91,33%	13,26%
2018	2.583.860,80	2.932.150,80	3.268.924,80	89,70%	1,17%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Estadísticas de comercio exterior, totales por país-producto, 2019

Elaboración propia

Los datos reflejan que el intercambio de mercancías con la Unión Europea se ve representado en un 88,64% en promedio desde el 2013 al 2018 por bienes primarios, y si bien para el año 2015 hay variación en cuanto a valores FOB se refiere, desde el 2016 al 2018 registran incrementos positivos, teniendo un repunte importante para el año 2017; fecha en la cual ya estaba en vigencia el “Protocolo de adhesión del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú por otra, para tener en cuenta la adhesión de Ecuador”, lo cual a priori daría a entender que guarda relación directa con dicho incremento; no obstante, para el año 2018 solo creció un 1,17%; lo cual no permite adelantar resultados concluyentes respecto a esta industria, pero que sin duda guarda relación con la baja en crecimiento que tuvo en el total de exportaciones a la UE, que de tener un repunte de 12,07% en 2017, se reduce a 3,01% para el 2018.

Conociendo, que es la producción agrícola la que prima en las exportaciones a la UE, vale mostrar cuales son los principales productos de exportación y su representatividad en el total exportado, así:

Tabla 11
Representatividad productos alimenticios EC - UE

PRODUCTOS EXPORTADOS	Valor FOB 2013 (miles de USD)	Valor FOB 2014 (miles de USD)	Valor FOB 2015 (miles de USD)	Valor FOB 2016 (miles de USD)	Valor FOB 2017 (miles de USD)	Valor FOB 2018 (miles de USD)	Total FOB miles de USD	% participación
BANANO	627.767,20	772.758,16	832.031,78	849.319,07	933.910,54	991.178,08	5.006.964,84	31,32%
CAMARONES	615.506,33	754.414,71	580.055,89	699.166,91	708.865,45	727.503,87	4.085.513,16	25,56%
ENLATADOS DE PESCADO	691.295,12	546.339,16	468.290,46	473.268,55	717.596,48	717.145,46	3.613.935,23	22,61%
CACAO	132.369,57	157.169,65	202.649,82	176.137,83	186.013,73	176.389,14	1.030.729,74	6,45%
CAFÉ INDUSTRIALIZADO	135.977,88	109.240,37	96.438,80	62.575,82	62.875,88	42.083,28	509.192,02	3,19%
JUGOS Y CONSERVAS DE FRUTAS	60.412,34	94.977,40	80.795,55	6.749,420	60.356,49	50.292,71	414.328,69	2,59%
ELABORADOS DE BANANO	38.384,30	41.077,93	48.379,02	39.622,18	44.367,32	43.452,70	255.283,44	1,60%
ELABORADOS DE CACAO	21.224,57	33.277,47	35.533,10	33.018,28	24.357,11	23.110,41	170.520,94	1,07%
EXTRACTOS Y ACEITES VEGETALES	42.205,24	31.356,37	8.326,94	26.057,49	35.765,66	22.981,71	166.693,41	1,04%
PRODUCTOS AGRICOLAS EN CONSERVA	16.378,39	17.614,19	25.571,52	24.459,30	25.162,88	25.516,71	134.702,98	0,84%
ATÚN	15.653,33	17.057,82	13.679,86	20.334,81	19.645,94	27.158,78	113.530,54	0,71%
PLÁTANO	18.824,50	20.026,61	14.833,20	15.505,15	15.725,22	19.248,46	104.163,14	0,65%
PIÑAS	6.568,07	8.702,98	10.446,55	16.465,92	20.881,37	17.530,54	80.595,42	0,50%
PESCADO	16.425,92	12.426,03	12.614,59	7.148,09	8.774,28	14.675,43	72.064,36	0,45%
OTROS PROD. AGRÍCOLAS	9.270,41	11.849,08	8.712,66	5.463,79	7.133,83	5.828,83	48.258,58	0,30%
OTROS ALIMENTICIOS	3.840,72	6.254,56	9.873,76	13.715,70	7.713,20	4.556,40	45.954,35	0,29%
OTRAS FRUTAS	4.914,13	6.985,42	7.636,29	7.709,37	6.105,85	4.711,81	38.062,87	0,24%
ACEITE DE PESCADO	8.458,74	1.792,20	1.919,42	11.089,61	2.971,79	3.082,28	29.314,02	0,18%
OTROS ELABORADOS DEL MAR	5.513,95	6.892,56	6.406,78	2.754,89	830,3	4.985,68	27.384,16	0,17%
AZÚCAR	1.154,88	1.529,90	1.902,10	1.953,61	2.202,45	2.394,56	11.137,50	0,07%
CAFE NATURAL	1.941,09	1.113,99	946,83	587,74	1.036,00	651,64	6.277,27	0,04%
OTROS PISCICOLAS	0	0	116,53	870,74	1.651,58	2.804,75	5.443,60	0,03%
LANGOSTAS	461,89	562,03	1.323,13	1.370,87	911,81	659,33	5.289,07	0,03%

PRODUCTOS EXPORTADOS	Valor FOB 2013 (miles de USD)	Valor FOB 2014 (miles de USD)	Valor FOB 2015 (miles de USD)	Valor FOB 2016 (miles de USD)	Valor FOB 2017 (miles de USD)	Valor FOB 2018 (miles de USD)	Total FOB miles de USD	% participación
CAFÉ LAVADO	0	0	0	1.065,29	1.799,77	2.066,71	4.931,76	0,03%
HARINA Y ELABORADOS DE CEREALES	714,73	739,77	535,59	784,48	540,96	1.252,90	4.568,43	0,03%
BEBIDAS	609,94	340,38	78,82	14,64	153,26	148,85	1.345,90	0,01%
OTROS PECUARIOS	61,8	11	57,58	56,35	55	58,8	300,53	0,00%
MELONES	105,83	27,09	7,92	0	0	0	140,84	0,00%
ARROZ	22,73	26,15	20,09	25,94	16,88	19,35	131,13	0,00%
MELAZAS Y PANELAS	15,7	1,38	25,08	16,86	44,38	6,42	109,82	0,00%
MAÍZ	16,51	0	10,4	30,1	7,26	19,76	84,04	0,00%
ACHIOTE	0	4,15	10,17	1,84	0	0	16,16	0,00%
HARINA DE PESCADO	0	9,34	0	0	0	0	9,34	0,00%
CARNE, LECHE Y ELABORADOS	0,21	0	0,1	0	0	0	0,31	0,00%
NARANJAS	0,21	0	0	0	0	0	0,21	0,00%
Total nacional Alimentos y Bebidas	2.476.096,23	2.654.577,85	2.469.230,32	2.558.085,43	2.897.472,64	2.931.515,34	15.986.977,81	

Fuente: Banco Central del Ecuador, Estadísticas de comercio exterior, totales por país-producto, 2018

Elaboración propia

Es decir, que del total exportado de alimentos y bebidas a la Unión Europea desde el 2013 al 2018, hay una representatividad significativa de tres productos principales: banano, camarones y enlatados de pescado, con un 79,48% del total exportado; seguido con un 15,93% por cacao, café industrializado, jugos y conservas de frutas, elaborados de banano y cacao, y extractos y aceites vegetales; dejando al resto de productos alimenticios con un 4,59%.

Si tomamos a nuestro principal producto de exportación a la UE, cuya representatividad se encuentra en el orden del 31,32%; una vez firmado el acuerdo, tomando como base el volumen exportado en 2015 permitiría un ahorro para las exportaciones de Ecuador de alrededor de 34 millones de EUR al año (Delegación de la Unión Europea en Ecuador 2017).

7. Pymes exportadoras de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito.

Conocido el panorama general de participación de la industria alimentaria (alimentos y bebidas) dentro de la economía ecuatoriana, es momento de enfocarse en el sector del presente estudio, que no es más que las pequeñas y medianas empresas exportadoras de alimentos y bebidas del cantón Quito, cuyo comercio se desarrolla con la Unión Europea.

Para el efecto, se revisó en las estadísticas del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, los exportadores que han realizados ventas a los 28 países que conforman la Unión Europea, desde el periodo 2013 hasta 2018, encontrando un amplio grupo de empresas exportadoras; acto seguido se ubicaron todas las que exportaron alimentos y bebidas (subpartidas de los capítulos 03 al 22 del arancel nacional) y que correspondían al cantón Quito, para finalmente, utilizando el número del RUC constatar en la página web del SRI (consulta de RUC) cuantas de estas se trataban de pequeñas y medianas, llegando así, ha determinar un universo de 21 empresas exportadoras de alimentos y bebidas.

A estas 21 empresas las nombraremos de la “A” hasta la “U” por motivo de guardar la reserva de su identidad y, con estadísticas obtenidas de reportes de exportación del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador revisaremos montos de exportación, a los cuales encasillaremos dentro de referencias de cifras para igualmente guardar la confidencialidad de la información, conforme lo dispuesto en el Art. 225 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. De esta forma no será

posible relacionar cifras con exportadores y viceversa que puedan sugerir utilización indebida; pero a efecto del presente documento servirá para apoyar un impacto del acuerdo, así como definir representatividad exportadora de estas 21 empresas.

Tabla 12
Empresas de estudio

Exportador	Categoría PYME
A	P
B	M
C	M
D	M
E	M
F	P
G	M
H	P
I	P
J	P
K	M
L	M
M	M
N	M
O	P
P	M
Q	M
R	M
S	M
T	M
U	P

Fuente: SENA y SRI
Elaboración propia

8. Oferta exportable

Siendo la oferta exportable, los bienes o servicios que un ente tiene para ofrecer en el mercado internacional, evidenciaremos los ofertados por las 21 empresas exportadoras de alimentos y bebidas que forman parte del presente estudio, así:

8.1. Oferta exportable - Empresa A

Su oferta exportable (Anexo 3) se centra en la pitahaya como un único producto, siendo Holanda su principal mercado es Holanda. Si bien evidencia intentos de introducir sus productos en Alemania y España para los años 2013 y 2014 no consiguió mantenerse.

Sus ventas en volumen y monto exportado tienen baja representatividad, pues en su totalidad por año no superan las 5 cifras bajas y las 5 cifras altas, respectivamente.

Tiene tasas de crecimiento negativas, que, si bien alcanzan un pico en el año 2016, caen durante los años siguientes, no obstante, en 2017 y 2018 vende en mayor volumen de que hacia los años previos al acuerdo.

Tabla 13
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa A

2014	2015	2016	2017	2018
188,57%	-41,03%	403,70%	-6,03%	-30,62%

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

8.2. Oferta exportable - Empresa B

Su oferta exportable (Anexo 4) consiste en frutas deshidratadas y elaborados de frutas cuyo volumen exportado, así como la variedad de productos, evidencia que se trata de envíos de muestras con el fin de ingresar a los mercados de Suecia y Holanda principalmente, no obstante, no hay consolidación en sus ventas. El valor FOB para el año 2016 no supera las 4 cifras medias y para el 2017 las tres cifras bajas. Carece de representatividad, pues no genera exportaciones como tal, solo intentos de conseguirlo, con envíos de muestras sin resultados efectivos; prueba de ello es que el volumen de 3 cifras medias enviado en 2016 decrece en un 91,05% para el 2017, dejando de enviar en 2018.

8.3. Oferta exportable - Empresa C

Su principal oferta exportable (Anexo 5) consiste en conservas de palmito para los mercados de Francia, Alemania, España y Holanda, intentando ventas de frutas en conserva únicamente para Alemania en los años 2013, 2015 y 2016.

Sus ventas son constantes desde el año 2013, con volumen y montos representativos, no obstante, del 2016 al 2018 su volumen de ventas va decreciendo; situación que de acuerdo a las estadísticas, se determina por la disminución de compras del mercado holandés, al cual incluso en 2018 ya no le efectúa ventas.

Por orden de representatividad, en volumen y montos exportados, los países de la Unión Europea donde ha realizado sus ventas durante los 6 últimos años son: Francia, Alemania, España y Holanda; realizando intentos a Italia y Reino Unido, en el 2017 y 2018 respectivamente, pero en montos que no superan las cinco cifras bajas.

Tabla 14
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa C

2014	2015	2016	2017	2018
-48,57%	99,72%	-18,69%	-38,71%	-37,52%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

8.4. Oferta exportable - Empresa D

Carece de representatividad, pues no genera exportaciones como tal (Anexo 6), solo intentos de conseguirlo sin resultados efectivos. No supera un volumen de 3 cifras medias y valores de 4 cifras bajas; y aun cuando se evidencia crecimiento de 34,41% de 2017 a 2018 son volúmenes marginales de 3 cifras medias.

8.5. Oferta exportable - Empresa E

No genera exportaciones como tal (Anexo 7), solo intentos de conseguirlo sin resultados efectivos. No supera un volumen y valor de 3 y 4 cifras medias respectivamente; y aun cuando evidencia crecimiento en 2018 es un volumen marginal de 3 cifras bajas.

8.6. Oferta exportable - Empresa F

Su oferta exportable (Anexo 8) consiste únicamente en papayas en estado natural. Sus ventas son constantes desde el año 2013, con volumen y montos representativos desde el 2013 al 2015, no obstante, decrecen 81,43% en el año 2016, y si bien vuelven a experimentar incremento de 119,99% en el 2017, caen drásticamente 81,82% en el 2018 de 6 a 5 cifras bajas.

Tabla 15
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa F

2014	2015	2016	2017	2018
54,49%	34,34%	-81,43%	119,99%	-81,82%

Fuente: SENAE
 Elaboración: propia

8.7. Oferta exportable - Empresa G

Su oferta exportable (Anexo 9) consiste únicamente en cacao en grano. Sus ventas son posteriores a la firma del Acuerdo Comercial con la Unión Europea. El 2018 baja sus ventas en 66,67% respecto al 2017. Sus montos y volumen exportados son inferiores a 6 cifras bajas.

Tabla 16
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa G

2014	2015	2016	2017	2018
Sin ventas	Sin ventas	Sin ventas	ventas	-66,67%

Fuente: SENAE
 Elaboración: propia

8.8. Oferta exportable - Empresa H

Su oferta exportable (Anexo 10) consiste únicamente en panela granulada. Sus ventas son constantes desde el año 2013, con volumen y montos representativos desde el 2014 al 2017, teniendo crecimiento sostenido en todos esos años, presentando una ligera caída en el 2018 en sus ventas a Italia, pero compensa, he incrementa con lo vendido a Francia. Del 2013 al 2014 tiene un crecimiento significativo de 1614,44%; pasando de 5 a 6 cifras bajas.

Tabla 17
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa H

2014	2015	2016	2017	2018
1614,44%	0,11%	18,38%	5,29%	4,58%

Fuente: SENAE
 Elaboración: propia

8.9. Oferta exportable - Empresa I

Su oferta exportable (Anexo 11) consiste principalmente en espárragos, vendidos de forma ininterrumpida a España y Holanda, siendo España el mercado principal, cuyo volumen se maneja entre 5 cifras medias y altas. Ha realizado envíos al Reino Unido en los años 2014, 2016 y 2017 en un volumen que no supera las 4 cifras altas. Envíos de muestras en 2014 y 2015 a Irlanda y Alemania respectivamente, cuyo volumen no supera las 4 cifras bajas, siendo mercados que no se consolidaron. Envíos de muestras a España consistentes en mangos (2013 y 2016) y aguacate (2016); a Francia de mangos en 2016; y a Holanda de granadillas en 2018.

Si bien en 2015 y 2017 tiene variaciones de 0,52% y 3,55%, obtiene crecimientos positivos en 2014, 2016 y especialmente en 2018 con un 36,54% por un repunte en sus ventas a Holanda.

Tabla 18
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa I

2014	2015	2016	2017	2018
3,68%	-0,52%	3,16%	-3,55%	36,54%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

8.10. Oferta exportable - Empresa J

Su oferta exportable (Anexo 12) se concentra en un único producto y mercado, café verde y Reino Unido, respectivamente. Realizó ventas desde el año 2016 en volúmenes no superiores a 5 cifras bajas, con crecimientos irregulares, que caen en 2017 y vuelven a subir en 2018 en un 55,68%; pero que no superan las 5 cifras bajas.

Tabla 19
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa J

2014	2015	2016	2017	2018
SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS	-47,06%	55,68%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

8.11. Oferta exportable - Empresa K

Registra envíos de muestras en 2014, 2016 y 2017, que carecen de representatividad, pues no genera exportaciones como tal (Anexo 13), solo intentos de

conseguirlo sin resultados efectivos. No supera un volumen de 4 cifras bajas y valores de 5 cifras bajas

8.12. Oferta exportable - Empresa L

Su oferta exportable (Anexo 14) es amplia y variada, incluyendo granos, cereales, panela y café; siendo la panela y la cebada los más representativos. Amaranto, café, frejol, granola, lenteja, maíz y quinua, si bien tienen envíos periódicos, no son representativos en volumen y montos. Sus ventas son realizadas a Italia principalmente, siendo España destino únicamente de panela. Sus ventas son constantes desde el año 2013, con volumen y montos representativos, no obstante, tienen variaciones fluctuantes, que finalizan con un decrecimiento de 12,63% en 2018.

Tabla 20
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa L

2014	2015	2016	2017	2018
35,39%	18,69%	-25,00%	18,65%	-12,63%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

8.13. Oferta exportable - Empresa M

Su oferta exportable (Anexo 15) se basa en pulpa de frutas a Holanda como único mercado. Realizó ventas únicamente en 2015 y 2017. En volumen y montos carece de representatividad, pues no supera en volumen las 4 cifras bajas y en montos 5 cifras bajas, decayendo casi a la mitad desde el 2015 al 2017, sin evidenciar consolidación en ventas, pues 2016 y 2018 no registra exportaciones.

8.14. Oferta exportable - Empresa N

Su oferta exportable (Anexo 16) consiste en Chocolate y café. Su principal mercado es Holanda, seguido por España con valores de 5 cifras bajas, teniendo intentos de venta con Italia y Francia sin lograr consolidarse. Su volumen y montos de venta son medianamente representativos, teniendo su volumen más elevado en 2016 con 4 cifras medias y monto de venta más elevado en 2015 con 6 cifras bajas, no obstante, presenta decrecimientos en 2017 y 2018.

Tabla 21
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa N

2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	346,11%	36,36%	-48,94%	-6,28%

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

8.15. Oferta exportable - Empresa O

Su oferta exportable (Anexo 17) se basa en polvo, granos, manteca, virutas y pasta de cacao a Holanda como único mercado. Realizó ventas únicamente en 2016 y 2017. Su volumen y montos de venta carecen de representatividad. En el 2016 no supera un volumen de 3 cifras medias, que representan montos inferiores de 4 cifras bajas; y en el 2017 no supera en volumen las 4 cifras altas y en montos las 5 cifras medias.

8.16. Oferta exportable - Empresa P

Su oferta exportable (Anexo 18) consiste en frutas, principalmente banano bocadillo (orito). Sus mercados de exportación son Italia, Francia y Holanda. La venta de pitahaya y maracuyá a Holanda y Francia evidencia envíos en condición de muestra para abrir mercados, que en 2017 y 2018 no se consolidaron, pues sus montos en volumen no superan las 3 cifras medias y en montos las 4 cifras bajas; no obstante, al incursionar en la venta de banano bocadillo a Italia y Francia alcanza un volumen y monto de venta considerable en el 2018.

Tabla 22
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa P

2014	2015	2016	2017	2018
SIN VENTAS	SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS	44.078,98%

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

8.17. Oferta exportable - Empresa Q

Su oferta exportable (Anexo 19) consiste en mangos y espárragos principalmente, con ventas de aguacate, pitahaya y piña en menor proporción. Sus principales mercados son España y Holanda, y con menor participación Francia y Reino

Unido. Tiene ventas constantes desde el año 2013, con incrementos en 2016, 2017 y 2018, pasando de 5 a 6 cifras bajas.

Tabla 23
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa Q

2014	2015	2016	2017	2018
13,96%	-57,43%	37,39%	294,91%	26,47%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

8.18. Oferta exportable - Empresa R

Su oferta exportable (Anexo 20) consiste en Chips de banano, arracacha (zanahoria blanca) y yuca. Su principal mercado es Francia, al cual ha vendido de forma constante desde el año 2013, teniendo volúmenes de venta elevados en los años 2014 y 2015 con 5 cifras bajas; no obstante, si bien presenta variaciones en los años 2015, 2016 y 2018, sucede con tasas no significativas. Su segundo mercado es Bélgica, el cual muestra crecimiento desde el 2016 al 2018, con volúmenes de 4 cifras bajas a 4 cifras medias. Realiza ventas a Italia en los años 2015 y 2016 en volúmenes inferiores a 3 cifras bajas, a Holanda en la misma proporción en el 2016, y Alemania y España en el 2018 con 4 cifras bajas.

Tabla 24
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa R

2014	2015	2016	2017	2018
271,79%	-3,61%	-4,62%	2,85%	-3,92%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

8.19. Oferta exportable - Empresa S

Su oferta exportable (Anexo 21) consiste en pepinos, frutas varias, harina de banano, cacao, hortalizas preparadas y purés de frutas; siendo las frutas en estado natural su producto más exportado. Sus principales mercados son Holanda, Francia y España, a la cual se suma en el 2018 el mercado italiano con compra de pitahaya y *baby banana*, en volumen de 4 y 5 cifras bajas, respectivamente. Realiza ventas al exterior a partir del año 2016, teniendo incrementos positivos en los dos años venideros,

incrementos que pasan de un 2016 con volumen de 5 cifras bajas, a 5 cifras medias en 2017 y 5 cifras altas en 2018.

Tabla 25
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa S

2014	2015	2016	2017	2018
SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS	268,03%	99,50%

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

8.20. Oferta exportable - Empresa T

Su oferta exportable (Anexo 22) consiste en derivados del cacao: pepas, viruta, pasta, manteca, y preparaciones de chocolate; donde las preparaciones de chocolate son las más representativas con el 42,50% del volumen total exportado desde el 2013 al 2018, seguido de la pasta de cacao con un 31,74%, *nibs* y pepas de cacao con 9,75%, cacao en polvo con 8,44%, manteca de cacao con 3,95%, cacao en grano con 1,98%, y el resto (azúcar morena, azúcar de coco, granos de café, uvillas) con un porcentaje marginal de 1,64%.

Su mercado de exportación más representativo es Holanda, cuyo volumen y monto de ventas desde el año 2013 al 2015 se mantiene en 6 y 7 cifras bajas respectivamente; el 2016 el volumen es de 5 cifras altas pero el monto se mantiene en 7 cifras bajas; para el 2017, el volumen es de 5 cifras altas, pero el monto cae a 6 cifras altas; y para el año 2018 el volumen cae aún más a 5 cifras bajas y el monto a 6 cifras medias.

Su segundo mercado fue Finlandia, al cual realizo ventas en volumen y montos que crecieron de 3 a 5 cifras bajas (volumen) y de 4 a 6 cifras bajas (monto), no obstante, solo vendió hasta el 2016; 2017 y 2018 ya no registra ventas. Reino Unido es otro mercado que ha mantenido desde el 2013, sin ventas en 2017, con ventas bajas en 2014, 2015 y 2016 y que en 2018 sube, pero sin mayor representatividad, pues alcanza un volumen de 4 cifras bajas con un monto de 5 cifras bajas.

Ha realizado envíos a Alemania, Dinamarca, España, Francia, Italia, Polonia y Suecia, pero en volumen y montos no representativos, de estos Alemania es un mercado constante desde el 2013 (sin ventas en 2016), pero que no supera las 4 cifras bajas en volumen ni las 5 cifras bajas en montos; en Francia vende desde el 2014 al 2018 (excepto 2017) en volumen y montos que no superan las 4 y 5 cifras bajas

respectivamente; el resto son mercados marginales, cuyos montos dan cuenta de envíos con el fin de ingresar, pero sin mayor éxito.

De manera global, sus ventas desde el año 2013 al 2016 son representativas, con volumen y montos de 6 y 7 cifras bajas respectivamente; 2017 y 2018 también son representativas, pero si presentan disminución respecto a años anteriores, con volumen y montos de 5 y 6 cifras altas respectivamente para el 2017; y volumen de 5 cifras bajas y monto de 6 cifras medias para 2018, año en que el volumen de venta llego al 24% de su mayor volumen exportado del 2014, con una caída frente a su año anterior en 61,11%.

Tabla 26
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa T

2014	2015	2016	2017	2018
11,80%	-11,84%	-2,82%	-27,49%	-61,11%

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

8.21. Oferta exportable - Empresa U

Su oferta exportable (Anexo 23) consiste principalmente en Pitahaya, y en menor medida mangos y granadilla. Su principal mercado de exportación de la UE es Francia, ha España registra un volumen de ventas de 3 cifras medias en el 2018, que da cuentas de un nuevo mercado al que desea acceder, y a Holanda un envío de muestra que no consolido. Mantiene ventas desde el año 2015 de forma permanente hasta el 2018, en volumen de 4 cifras bajas en 2015 y 2016, un repunte a 5 cifras bajas en 2017, cayendo a 4 cifras medias en 2018. Sus ventas no son representativas, no obstante, son constantes desde el 2015, con un crecimiento considerable en el 2017, que vuelve a caer el 2018 para llegar a un volumen de 4 cifras medias.

Tabla 27
Tasa crecimiento volumen ventas - Empresa U

2014	2015	2016	2017	2018
SIN VENTAS	VENTAS	142,10%	657,61%	-68,99%

Fuente: SENAE

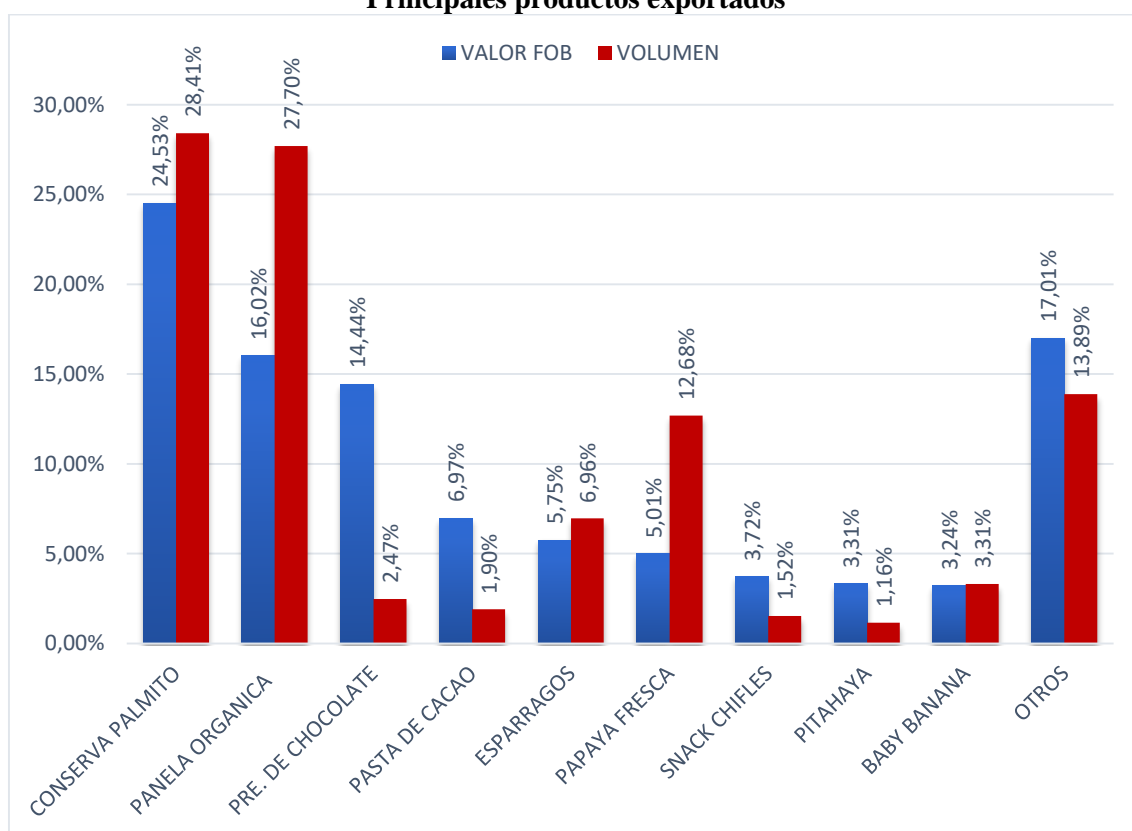
Elaboración: propia

9. Análisis cuantitativo de la oferta exportable

En base a los datos referenciados en el acápite 8 podemos colegir respecto a productos, mercados y empresas con mayor representatividad en volumen y valor al acceder al mercado europeo.

En cuanto a valores de venta se refiere, tenemos a las conservas de palmito, panela orgánica y preparaciones de chocolate como las más representativas, mismas que mantienen una participación superior al 10% dentro del total exportado; y en cuanto a volumen se refiere, las conservas de palmito y la panela orgánica mantienen el primer y segundo lugar respectivamente, subiendo al tercero las papayas frescas y ubicando en séptimo lugar a las preparaciones de chocolate, lo cual quiere decir que si bien el porcentaje de las preparaciones de chocolate en volumen representa un 2,47% su precio repercute en que se ubique en el tercer lugar, sucediendo lo contrario con las papayas.

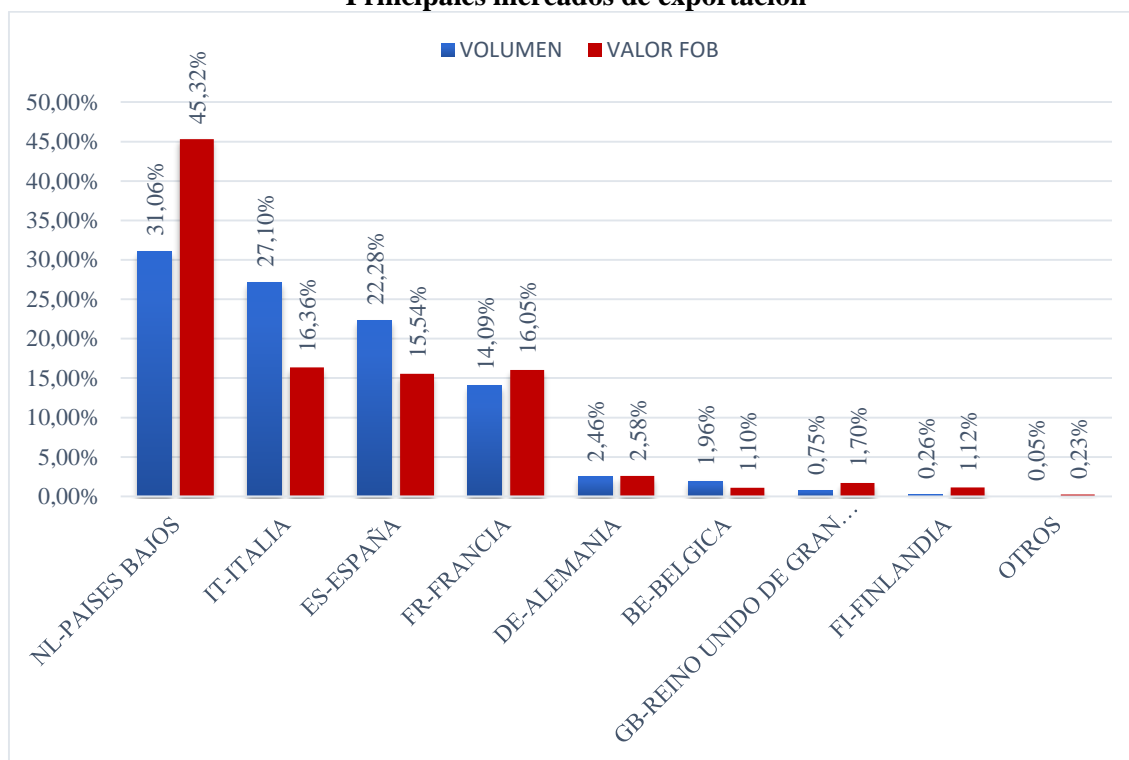
Gráfico 5
Principales productos exportados



Fuente: SENA
Elaboración: propia

Al hablar de países, Holanda, Italia, España y Francia representan el 94,53% y 93,27% en volumen y valor de venta, respectivamente, al cual han llegado los productos de estas 21 empresas, seguidos por Alemania, Bélgica, Reino Unido y Finlandia con el 5,42% y 6,50%; dejando a países como Suecia, Irlanda, Bulgaria, Polonia y Dinamarca como mercados totalmente marginales con participación de 0,05% y 0,23%.

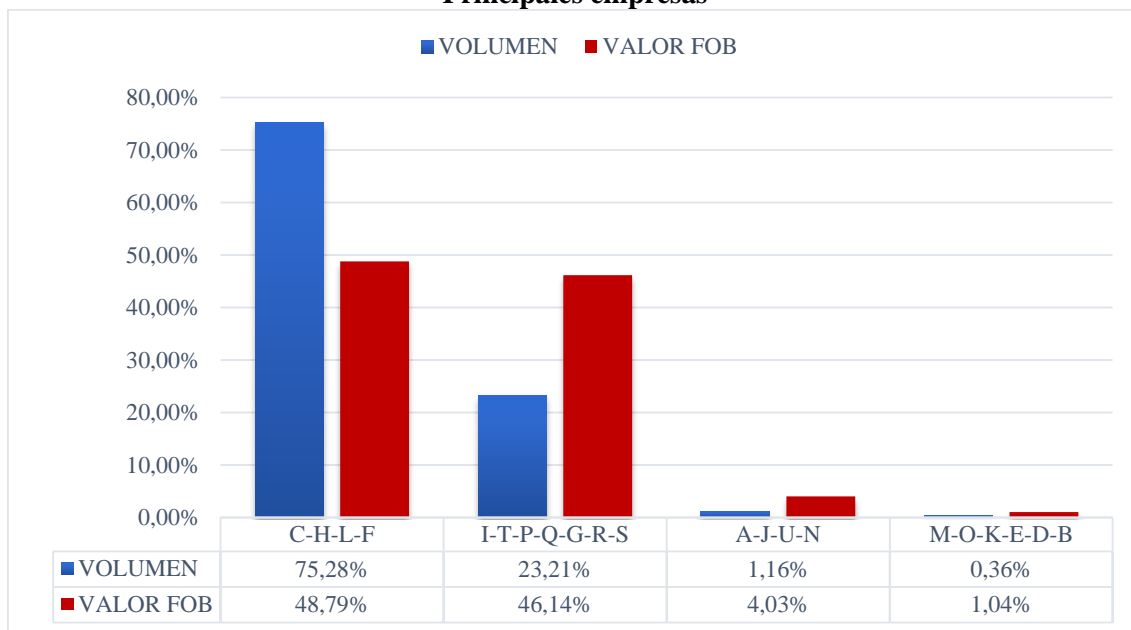
Gráfico 6
Principales mercados de exportación



Fuente: SENAE
Elaboración: propia

Respecto a las 21 empresas en estudio, podemos remarcar que la representatividad por volumen se encuentra contenida en las empresas C, H, L y F que superan las siete cifras con un 75,28% - cuyo valor FOB es de 48,79%; seguido por las empresas I, T, P, Q, G, R y S que superan en volumen las seis cifras con un 23,21% - cuyo valor FOB de 46,14% casi equipara al del primer grupo que tiene mayor volumen de venta; las empresas A, J, U y N que en volumen superan las cinco cifras con un 1,16% abarcan un valor FOB de 4,03%; quedando finalmente las empresas M, O, K, E, D, B con una participación marginal en volumen y valores FOB de apenas 0,36% y 1,04%, respectivamente, que como ya se había mencionado anteriormente, responden a envíos de muestras y no exportaciones como tal.

Gráfico 7
Principales empresas



Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Finalmente, al revisar lo sucedido desde el periodo 2013 al 2018 con estas 21 empresas, donde no resulta justo ni valedero marcar un comportamiento de manera global, pues no todas participan de forma constante año tras año, si vale acotar que en el periodo 2017, todas realizaron ventas a la Unión Europea, lo cual permite especular, que una vez firmado el acuerdo todas aprovecharon el mismo con el fin de intentar colocar sus productos en dicho mercado, no obstante como se puede observar en la Tabla 27, cuatro empresas (B, K, M y O) dejan de participar para el periodo 2018, y por ejemplo otras empresas como G y P que no vendían previo al acuerdo han logrado hacerlo durante los años 2017 y 2018.

Tabla 28
Exportaciones EC-UE – 21 empresas estudio (periodo 2013-2018, miles de USD)

Empresa	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	Volumen (kg)	FOB (usd)	Volumen (kg)	FOB (usd)	Volumen (kg)	FOB (usd)	Volumen (kg)	FOB (usd)	Volumen (kg)	FOB (usd)	Volumen (kg)	FOB (usd)
A	0,09%	0,25%	0,22%	0,83%	0,10%	0,30%	0,66%	1,57%	0,56%	1,45%	0,40%	1,01%
B	-	-	-	-	-	-	0,03%	0,14%	0,00%	0,01%	-	-
C	50,64%	42,17%	22,82%	19,82%	34,62%	33,81%	36,72%	26,93%	20,32%	16,26%	13,18%	12,26%
D	-	-	-	-	-	-	-	-	0,02%	0,05%	0,03%	2,16%
E	-	-	-	-	-	-	0,05%	0,11%	0,00%	0,02%	0,02%	0,21%
F	15,41%	5,96%	20,86%	8,24%	21,28%	8,69%	5,16%	1,72%	10,24%	4,46%	1,93%	0,82%
G	-	-	-	-	-	-	-	-	8,77%	6,92%	3,03%	2,10%
H	1,34%	0,60%	20,13%	12,01%	15,30%	9,49%	23,63%	12,49%	22,46%	14,36%	24,39%	14,95%
I	6,79%	6,26%	6,17%	5,85%	4,66%	5,15%	6,27%	3,20%	5,46%	3,68%	7,74%	6,79%
J	-	-	-	-	-	-	0,86%	2,31%	0,41%	1,86%	0,66%	2,54%
K	-	-	0,10%	0,28%	-	-	0,03%	0,20%	0,03%	0,21%	-	-
L	14,11%	6,33%	16,74%	8,90%	15,09%	7,97%	14,77%	7,01%	15,82%	8,57%	14,35%	7,44%
M	-	-	-	-	0,68%	0,88%	-	-	0,35%	0,42%	-	-
N	-	-	0,08%	0,16%	0,26%	2,14%	0,46%	1,98%	0,21%	1,15%	0,20%	1,06%
O	-	-	-	-	-	-	0,03%	0,06%	0,57%	1,41%	-	-
P	-	-	-	-	-	-	-	-	0,04%	0,08%	18,84%	18,81%
Q	2,30%	0,75%	2,29%	0,92%	0,74%	0,35%	1,33%	0,67%	4,74%	3,04%	6,22%	4,10%
R	0,64%	1,39%	2,08%	5,50%	1,52%	4,20%	1,89%	4,19%	1,76%	4,23%	1,75%	4,61%
S	-	-	-	-	-	-	0,72%	3,52%	2,40%	7,40%	4,98%	7,79%
T	8,69%	36,29%	8,51%	37,49%	5,70%	26,87%	7,22%	33,48%	4,73%	21,25%	1,91%	11,92%
U	-	-	-	-	0,05%	0,15%	0,16%	0,42%	1,12%	3,18%	0,36%	1,42%
Total		4.254,76		4.343,05		5.486,05		4.938,50		4.663,08		4.624,97

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Cabe acotar que la Tabla 28 presenta los porcentajes de participación de cada empresa, frente al volumen y valor total exportado en cada año.

Si cabe hablar de un comportamiento en volumen de ventas de forma individualizada desde el año 2013 al 2018, se puede colegir que para el periodo 2017 posterior a la firma del acuerdo, las empresas F, H, L, Q, R, S y U obtienen un crecimiento positivo, no obstante, para el periodo 2018 solo H, Q y S siguen manteniendo un comportamiento al alza; a las cuales se suman I, J y P. La empresa A pese que marca descensos frente al año 2016, y aun cuando no es muy representativa en sus volúmenes de venta si tiene incrementos frente a los años previos a la firma del acuerdo. La empresa P tiene un salto exponencial del año 2017 (año que empieza sus ventas) al 2018 a razón de introducir en su oferta exportable la venta de banano bocadillo, mientras la empresa G que empieza sus ventas en el mismo periodo cae en un 66,67% por volumen exportado.

Tabla 29
Tasa de crecimiento - exportaciones EC-UE - 21 empresas estudio (periodo 2013-2018)

EMPRESA	2014	2015	2016	2017	2018
A	188,57%	-41,03%	403,70%	-6,03%	-30,62%
C	-48,57%	99,72%	-18,69%	-38,71%	-37,52%
F	54,49%	34,34%	-81,43%	119,99%	-81,82%
G	SIN VENTAS	SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS DE 6 CIFRAS BAJAS	-66,67%
H	1614,44%	0,11%	18,38%	5,29%	4,58%
I	3,68%	-0,52%	3,16%	-3,55%	36,54%
J	SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS DE 6 CIFRAS BAJAS	-47,06%	55,68%
L	35,39%	18,69%	-25,00%	18,65%	-12,63%
N	VENTAS	346,11%	36,36%	-48,94%	-6,28%
P	SIN VENTAS	SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS DE 4 CIFRAS BAJAS	44078,98%
Q	13,96%	-57,43%	37,39%	294,91%	26,47%
R	271,79%	-3,61%	-4,62%	2,85%	-3,92%
S	SIN VENTAS	SIN VENTAS	VENTAS DE 6 CIFRAS BAJAS	268,03%	99,50%
T	11,80%	-11,84%	-2,82%	-27,49%	-61,11%
U	SIN VENTAS	VENTAS DE 4 CIFRAS ALTAS	142,10%	657,61%	-68,99%

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Igualmente, si de contrastar se trata podríamos hacer un comparativo entre el total de alimentos y bebidas exportado a la UE frente al aporte de las 21 empresas estudiadas, teniendo que, las 21 pymes del presente estudio aportan con el 0,18% del total exportado, con el 0,37% si se considera solo los tipos de mercancías en las que participan, y con el 1,03% si en los rubros que participa excluimos al banano por su gran representatividad (las empresas P y S exportan solo la variedad *baby banano*). Al revisar por subpartidas los productos exportados y emparejar las exportaciones de las empresas en estudio se puede ver más claramente su aporte dentro de cada tipo de producto en el total nacional a la Unión Europea (ver Tabla 30); donde es importante acotar, que en el 2015 las pymes contribuyeron con el 11% de las exportaciones no petroleras (El Telégrafo 2015)

Tabla 30
Comparativo total exportado alimentos y bebidas EC - UE con empresas estudio

PRODUCTOS EXPORTADOS	Valor FOB 2013 (miles de USD)	Suma de FOB 2014 (miles de USD)	Suma de FOB 2015 (miles de USD)	Suma de FOB 2016 (miles de USD)	Suma de FOB 2017 (miles de USD)	Suma de FOB 2018 (miles de USD)	Total nacional FOB (miles de USD)	Valor FOB empresas estudio (miles de USD)	% participación	Pymes
BANANO	627.767,20	772.758,16	832.031,78	849.319,07	933.910,54	991.178,08	5.006.964,84	916,32	0,02%	P-S
CAMARONES	615.506,33	754.414,71	580.055,89	699.166,91	708.865,45	727.503,87	4.085.513,16	-	-	
ENLATADOS DE PESCADO	691.295,12	546.339,16	468.290,46	473.268,55	717.596,48	717.145,46	3.613.935,23	-	-	
CACAO	132.369,57	157.169,65	202.649,82	176.137,83	186.013,73	176.389,14	1.030.729,74	623,47	0,06%	B-E-G-O-S-T
CAFÉ INDUSTRIALIZADO	135.977,88	109.240,37	96.438,80	62.575,82	62.875,88	42.083,28	509.192,02	9,33	0,00%	L-N-T
JUGOS Y CONSERVAS DE FRUTAS	60.412,34	94.977,40	80.795,55	67.494,20	60.356,49	50.292,71	414.328,69	7.115,85	1,72%	A-B-C-K-M-S-T
ELABORADOS DE BANANO	38.384,30	41.077,93	48.379,02	39.622,18	44.367,32	43.452,70	255.283,44	1.425,17	0,56%	B-C-M-R-S
ELABORADOS DE CACAO	21.224,57	33.277,47	35.533,10	33.018,28	24.357,11	23.110,41	170.520,94	7.952,16	4,66%	E-N-O-S-T
EXTRACTOS Y ACEITES VEGETALES	42.205,24	31.356,37	8.326,94	26.057,49	35.765,66	22.981,71	166.693,41	-	-	
PRODUCTOS AGRICOLAS EN CONSERVA	16.378,39	17.614,19	25.571,52	24.459,30	25.162,88	25.516,71	134.702,98	12,69	0,01%	L-N-S
ATÚN	15.653,33	17.057,82	13.679,86	20.334,81	19.645,94	27.158,78	113.530,54	-	-	
PLÁTANO	18.824,50	20.026,61	14.833,20	15.505,15	15.725,22	19.248,46	104.163,14	-	-	
PIÑAS	6.568,07	8.702,98	10.446,55	16.465,92	20.881,37	17.530,54	80.595,42	14,20	0,02%	B-Q
PESCADO	16.425,92	12.426,03	12.614,59	7.148,09	8.774,28	14.675,43	72.064,36	-	-	
OTROS PROD. AGRÍCOLAS	9.270,41	11.849,08	8.712,66	5.463,79	7.133,83	5.828,83	48.258,58	2.161,02	4,48%	B-I-L-N-Q-S-T
OTROS ALIMENTICIOS	3.840,72	6.254,56	9.873,76	13.715,70	7.713,20	4.556,40	45.954,35	35,27	0,08%	B-L-K-T
OTRAS FRUTAS	4.914,13	6.985,42	7.636,29	7.709,37	6.105,85	4.711,81	38.062,87	2.920,90	7,67%	A-B-D-F-I-P-Q-S-U
ACEITE DE PESCADO	8.458,74	1.792,20	1.919,42	11.089,61	2.971,79	3.082,28	29.314,02	-	-	
OTROS ELABORADOS DEL MAR	5.513,95	6.892,56	6.406,78	2.754,89	830,30	4.985,68	27.384,16	-	-	
AZÚCAR	1.154,88	1.529,90	1.902,10	1.953,61	2.202,45	2.394,56	11.137,50	4.540,32	40,77%	H-L-T

PRODUCTOS EXPORTADOS	Valor FOB 2013 (miles de USD)	Suma de FOB 2014 (miles de USD)	Suma de FOB 2015 (miles de USD)	Suma de FOB 2016 (miles de USD)	Suma de FOB 2017 (miles de USD)	Suma de FOB 2018 (miles de USD)	Total nacional FOB (miles de USD)	Valor FOB empresas estudio (miles de USD)	% participación	Pymes
CAFE NATURAL	1.941,09	1.113,99	946,83	587,74	1.036,00	651,64	6.277,27	-	-	
OTROS PISCICOLAS	0,00	0,00	116,53	870,74	1.651,58	2.804,75	5.443,60	-	-	
LANGOSTAS	461,89	562,03	1.323,13	1.370,87	911,81	659,33	5.289,07	-	-	
CAFÉ LAVADO	0,00	0,00	0,00	1.065,29	1.799,77	2.066,71	4.931,76	318,29	6,45%	J
HARINA Y ELABORADOS DE CEREALES	714,73	739,77	535,59	784,48	540,96	1.252,90	4.568,43	91,36	2,00%	L
BEBIDAS	609,94	340,38	78,82	14,64	153,26	148,85	1.345,90	-	-	
OTROS PECUARIOS	61,80	11,00	57,58	56,35	55,00	58,80	300,53	-	-	
MELONES	105,83	27,09	7,92	0,00	0,00	0,00	140,84	-	-	
ARROZ	22,73	26,15	20,09	25,94	16,88	19,35	131,13	116,39	88,75%	L
MELAZAS Y PANELAS	15,70	1,38	25,08	16,86	44,38	6,42	109,82	-	-	
MAÍZ	16,51	0,00	10,40	30,10	7,26	19,76	84,04	57,69	68,65%	L
ACHIOTE	0,00	4,15	10,17	1,84	0,00	0,00	16,16	-	-	
HARINA DE PESCADO	0,00	9,34	0,00	0,00	0,00	0,00	9,34	-	-	
CARNE, LECHE Y ELABORADOS	0,21	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00	0,31	-	-	
NARANJAS	0,21	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,21	-	-	
TOTAL NACIONAL AyB	2.476.096,23	2.654.577,85	2.469.230,32	2.558.085,43	2.897.472,64	2.931.515,34	15.986.977,81	28.310,42	0,18%	
TOTAL EN LOS QUE PARTICIPAN	1.059.016,43	1.262.203,02	1.360.537,02	1.299.840,89	1.383.445,50	1.390.403,89	7.755.446,75		0,37%	
TOTAL EN LOS QUE PARTICIPA - SIN BANANO	431.249,22	489.444,86	528.505,25	450.521,82	449.534,96	399.225,81	2.748.481,91		1,03%	
TOTAL EMPRESAS ESTUDIO	4.254,76	4.343,05	5.486,05	4.938,50	4.663,08	4.624,97	28.310,42			

Fuente: Banco Central del Ecuador, Estadísticas de comercio exterior, totales por país-producto, 2018

Elaboración propia

10. Barreras de entrada al mercado europeo.

10.1. Barreras arancelarias:

Como se mencionará líneas atrás, la firma del acuerdo comercial efectuada al final del año 2016 liberó de forma inmediata el 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en productos agrícolas y 100% en productos industriales; situación que supuso un cronograma de eliminación de aranceles por parte de la Unión Europea a mercancías originarias de Ecuador.

Ante tal desgravación, se expone lo sucedido con las 85 subpartidas arancelarias utilizadas por las 21 empresas del presente estudio:

Tabla 31
Desgravación derechos aduaneros Acuerdo Comercial Ecuador - UE (21 empresas de estudio)

SUBPARTIDA NACIONAL	VOLUMEN TOTAL	VALOR FOB	EMPRESA	NOMENCLATURA COMBINADA UE	TASA BASE	CATEGORIA	TARIFA FIRMA ACUERDO
2008910000	7 CIFRAS BAJAS	7 CIFRAS MEDIAS	B – C	2008.91.00	10%	0	0%
1701140000	7 CIFRAS BAJAS	7 CIFRAS MEDIAS	H - L – T	1701.11.90	€ 41,90/100 kg	SR	0%
0807200000	7 CIFRAS BAJAS	7 CIFRAS BAJAS	F	0807.20.00	exento de arancel	0	0%
0709200000	6 CIFRAS MEDIAS	7 CIFRAS BAJAS	I – Q	0709.20.00	10,20%	0	0%
0803901200	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS ALTAS	P – S	0803.00.19	€ 176 /1.000 kg/net	SP1	€ 90 / 1 000 kg/net ³
1003900090	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	L	1003.00.90	€ 93/t	0	0%
1806900000	6 CIFRAS BAJAS	7 CIFRAS MEDIAS	E - N – T	1806.90.90	8.30% + EA MAX 18.70% +ADSZ	0	0%
2008999000	6 CIFRAS BAJAS	7 CIFRAS BAJAS	B - C –R	2008.99.99	18,40%	0	0%
1801001990	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	G - O – S	1801.00.00	exento de arancel	0	0%
1803100000	6 CIFRAS BAJAS	7 CIFRAS BAJAS	O – T	1803.10.00	9,60%	0	0%
0804502010	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	B - I - Q – U	0804.50.00	exento de arancel	0	0%
0810904000	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS ALTAS	A - D - P - Q - S - U	0810.90.40	exento de arancel	0	0%
1005909000	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	L	1005.90.00	€ 94/t	MZ	0%
1104291000	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	L	1104.29.09	€ 97/t	7	- 12,13% c/año
1006300000	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	L	1006.30.XX	€ 416/t	RI	0%
1805000000	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS MEDIAS	O – T	1805.00.00	8,00%	0	0%

³ Tarifa arancelaria al 2018, donde las empresas P y S realizaron ventas

SUBPARTIDA NACIONAL	VOLUMEN TOTAL	VALOR FOB	EMPRESA	NOMENCLATURA COMBINADA UE	TASA BASE	CATEGORIA	TARIFA FIRMA ACUERDO
1802000000	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS MEDIAS	S – T	1802.00.00	exento de arancel	0	0%
1003900010	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	L	1003.00.90	€ 93/t	0	0%
0901119010	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	J	0901.11.00	exento de arancel	0	0%
0804400000	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	I – Q	0804.40.00	5,10%	0	0%
1804002000	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	O – T	1804.00.00	7,70%	0	0%
0804300000	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	B – Q	0804.30.00	5,80%	0	0%
0707000000	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	S	0707.00.05	Ver la Sección A del Apéndice 2 del Anexo I	0+EP	Ver Tabla 50
1806320000	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	E - N – T	1806.32.XX ⁴	8.30% + EA MAX 18.70% +ADSZ	0	0%
0713339900	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	L	0713.33.90	exento de arancel	0	0%
1106301000	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	S	1106.30.10	10,90%	0	0%
1006109000	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	L	1006.10.XX	€ 211/t	RI	0%
0713339100	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	L	0713.33.90	exento de arancel	0	0%
1006400000	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	L	1006.40.00	€ 128/t	RI	0%
0811909900	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	C – M	0811.90.95	14,40%	0	0%
0810901010	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	I - S – U	0810.90.40	exento de arancel	0	0%
1801001100	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	T	1801.00.00	exento de arancel	0	0%
1104230000	5 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	L	1104.23.99	€ 98/t	7	- 12,26% c/año

⁴ La referencia “XX” como séptimo y octavo dígito de subpartida, significa que la nomenclatura combinada de la UE tiene varias aperturas.

SUBPARTIDA NACIONAL	VOLUMEN TOTAL	VALOR FOB	EMPRESA	NOMENCLATURA COMBINADA UE	TASA BASE	CATEGORIA	TARIFA FIRMA ACUERDO
0713409000	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	L	0713.40.00	exento de arancel	0	0%
1801002000	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	O – T	1801.00.00	exento de arancel	0	0%
0810901020	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	P – S	0810.90.40	exento de arancel	0	0%
1806310000	4 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	E - N – T	1806.31.00	8.30% + EA MAX 18.70% +ADSZ	0	0%
0813400000	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	B – T	0813.40.95	2,40%	0	0%
2008992000	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	C	2008.99.99	18,40%	0	0%
1008909000	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	B -L	1008.90.90	€ 37/t	0	0%
0810903000	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	S	0810.90.95	8,80%	0	0%
0811909400	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	C –M	0811.90.85	9%	0	0%
1106309000	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	L	1106.30.90	8,30%	0	0%
1006200000	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	L	1006.20.XX	€ 264/t	RI	0%
2103909000	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	K	2103.90.90	7,70%	0	0%
0811909600	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	M	0811.90.85	9%	0	0%
0813400010	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	S – T	0813.40.95	2,40%	0	0%
1008509010	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	L	1008.90.90	€ 37/t	0	0%
0810902000	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	S	0810.90.95	8,80%	0	0%
1806201000	3 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	T	1806.20.10	8.30% + EA MAX 18.70% +ADSZ	0	0%
0811909100	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	M	0811.90.31	13%	0	0%
0811200000	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	M	0811.20.11	20,80% + € 8,4 /100 kg/net	0	0%

SUBPARTIDA NACIONAL	VOLUMEN TOTAL	VALOR FOB	EMPRESA	NOMENCLATURA COMBINADA UE	TASA BASE	CATEGORIA	TARIFA FIRMA ACUERDO
1008509000	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	L – N	1008.90.90	€ 37/t	0	0%
1801001900	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	B – E	1801.00.00	exento de arancel	0	0%
0901211000	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	N	0901.21.00	7,50%	0	0%
2007999210	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	S	2007.99.93	15,00%	0	0%
1804001200	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	O	1804.00.00	7,70%	0	0%
0810909020	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	S	0810.90.95	8,80%	0	0%
0811909500	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	C –M	0811.90.95	14,40%	0	0%
0901212000	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	N – T	0901.21.00	7,50%	0	0%
0713909000	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	L	0713.90.00	3,20%	0	0%
1701999000	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	T	1701.99.90	€ 41,90/100 kg	SP	0%
1008902000	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	L	1008.90.90	€ 37/t	0	0%
2106907900	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	B	2106.90.98	9,00% + EA	0	0%
2106907900	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	B	2106.90.98	9,00% + EA	AV0 SP	0% + EA
1701999090	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	T	1701.99.90	€ 41,90/100 kg	SP	0%
0813400090	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	A - B – T	0813.40.95	2,40%	0	0%
1701130000	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	T	1701.11.90	€ 41,90/100 kg	SR	0%
0904219000	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	B	0904.20.30	exento de arancel	0	0%
2106901000	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS BAJAS	B	2106.90.98	9,00% + EA	0	0%
2106901000	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS BAJAS	B	2106.90.98	9,00% + EA	AV0 SP	0% + EA

SUBPARTIDA NACIONAL	VOLUMEN TOTAL	VALOR FOB	EMPRESA	NOMENCLATURA COMBINADA UE	TASA BASE	CATEGORIA	TARIFA FIRMA ACUERDO
1106201000	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	T	1106.20.10	€ 95/t	0	0%
1005901100	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	L	1005.90.00	€ 94/t	MZ	0%
2106907100	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	L	2106.90.98	9,00% + EA	0	0%
2106907100	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	L	2106.90.98	9,00% + EA	AV0 SP	0% + EA
1005902000	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	L	1005.90.00	€ 94/t	MZ	0%
2008119000	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	N	2008.11.96	12,00%	0	0%
2008300000	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS BAJAS	B	2008.30.59	17,60%	0	0%
2005600000	2 CIFRAS BAJAS	1 CIFRA BAJA	S	2005.60.00	17,60%	0	0%
2007999100	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS BAJAS	K	2007.99.93	15,00%	0	0%
1701999010	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS BAJAS	T	1701.99.90	€ 41,90/100 kg	SP	0%
0901900000	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS MEDIAS	L	0901.90.90	11,50%	0	0%
0910120000	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	B	0910.10.00	exento de arancel	0	0%
0910110000	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	B	0910.10.00	exento de arancel	0	0%
0910999000	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	T	0910.99.99	12,50%	0	0%

Fuente: Anexos II y II del Acuerdo Comercial UE – Ecuador, Helpdesk UE, Arancel Nacional de Importaciones
Elaboración propia

Conforme a la publicación del cronograma de eliminación arancelaria detallada en los Anexos II y III del “Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros por una parte, y Colombia, el Perú y Ecuador, por otra” se puntualiza que representa cada categoría y como aplica su desgravación para las 85 subpartidas arriba evidenciadas (Ministerio de Comercio Exterior 2016).

- **Categoría “0”:** A a) Los aranceles aduaneros que correspondan a la “categoría 0” quedarán completamente eliminados, es decir que todas las mercancías quedarán libres de todo arancel a partir de la fecha de entrada en vigor del Acuerdo Comercial.
- **Categoría “SP1”:** A m) Los aranceles aduaneros preferenciales se aplicarán a las mercancías originarias conforme el siguiente cronograma:

Tabla 32
Desgravación categoría “SP1”

PERIODO	ARANCEL PREFERENCIAL (€/1000KG)	VOLUMEN DE IMPORTACION DE ACTIVACION (TM)
01/01/2014 - 31/12/2014	118	1.566.772
01/01/2015 - 31/12/2015	111	1.645.111
01/01/2016 - 31/12/2016	104	1.723.449
01/01/2017 - 31/12/2017	97	1.801.788
01/01/2018 - 31/12/2018	90	1.880.127
01/01/2019 - 31/12/2019	83	1.957.500
Desde el 01/01/2020 en adelante	75	No aplica

Fuente: Anexo II, Subsección 3 del Acuerdo Comercial entre la UE y sus Estados Miembros
Elaboración propia

- **Categoría “SR”:** B i) La UE de forma anual, permitirá importar con libre arancel un contingente agregado de 15.000 Tm, con un incremento anual de 450 Tm.
- **Categoría “0+EP”:** A g) A la fecha de vigencia del Acuerdo se eliminará únicamente el derecho *ad valorem*, por ende, se mantienen los aranceles específicos vinculados al sistema de precios de entrada establecido en la Sección A del Apéndice 2 del Anexo 1.
-

Sección A del Apéndice 2 del Anexo 1

2. Para cada República de la Parte CA, la eliminación de aranceles aduaneros descrita en las categorías de desgravación establecidas en las letras a), b), c), d), e), f), g), h), j), k) y q) del apartado 3 infra se aplicará de la siguiente manera para cada año del periodo de eliminación arancelaria:

- a) si al aplicar la categoría de desgravación a la tasa base CA se obtiene un arancel mayor que la tasa base de una de las Repúblicas de la Parte CA, el arancel aplicable para esa República será su tasa base;
- b) si al aplicar la categoría de desgravación a la tasa base CA se obtiene un arancel menor o igual que la tasa base de una de las Repúblicas de la Parte CA, el arancel aplicable para esa República será el arancel resultante de aplicar la categoría de desgravación a la tasa base CA.” (Ministerio de Comercio Exterior 2016)

Esto quiere decir que la tarifa aplicable dependerá de la comparación que se realice con el sistema de precios de entrada que maneja la Unión Europea. Así, por ejemplo, para la subpartida 0707.00.05.99 el arancel específico dependerá de si el precio de exportación (IP) es mayor, igual o menor al precio de entrada (EP):

Tabla 33
Arancel específico - Subpartida NC 2007: 0707.00.05

CODIGO	DESCRIPCION	ARANCEL AD VALOREN	ARANCEL ESPECIFICO
V1	IP>=EP; € 67,50/100 KG	0%	N/A
V2	IP>=EP; € 66,20/100 KG	0%	€ 1,30/100 KG
V3	IP>=EP; € 64,80/100 KG	0%	€ 2,70/100 KG
V4	IP>=EP; € 63,50/100 KG	0%	€ 4,00/100 KG
V5	IP>=EP; € 62,10/100 KG	0%	€ 5,40/100 KG
V6	IP>=EP; € 0/100 KG	0%	€ 37,80/100 KG

Fuente: *Market Access Database* (Comisión Europea)
Elaboración propia

- **Categoría “MZ”:** B c) La UE de forma anual, permitirá importar con libre arancel un contingente agregado de 37 000 Tm, con un incremento anual de 1.110 Tm.
- **Categoría “RI”:** B d) La UE de forma anual, permitirá importar con libre arancel un contingente agregado de 5 000 Tm.
- **Categoría “7”:** A d) los aranceles aduaneros se eliminarán en ocho etapas anuales iguales que darán inicio a partir de la entrada en vigor del Acuerdo, quedando libre de arancel el 1 de enero del año ocho.
- **Categoría “SP” (azúcar en bruto de calidad tipo, con rendimiento en azúcar blanco del 92%):** B j) La UE de forma anual, permitirá importar con libre arancel un contingente agregado de 10000 Tm, con un incremento anual de 150 Tm (azúcar en bruto de la calidad tipo, con un rendimiento en azúcar blanco del 92 %)

- **Categoría “AV0 SP”:** A i) El derecho *ad valorem* será eliminado a la entrada en vigor del presente Acuerdo; en concordancia con la categoría “SP”

Las siglas “EA” y “ADSZ” hacen referencia al componente agrícola (EA - *agricultural component*) y al impuesto adicional por contenido de azúcar (ADSZ - *additional duty on sugar contents*). Esto significa que el cálculo del impuesto total dependerá de la composición del producto (Comisión Europea).

10.2. Barreras no arancelarias

Los productos alimenticios que ingresan a la Unión Europea están sujetos al cumplimiento de ciertos requisitos, cuyo fin se justifica en el hecho de proteger la salud humana, animal y en cierto modo ambiental.

Así las importaciones en materia de seguridad alimentaria, según fuente de la página oficial de la Comisión Europea deben cumplir con las siguientes condiciones generales (Comisión Europea):

- ✓ Los principios y requisitos generales establecidos en el Reglamento (CE) No. 178/2002⁵ (aplicable durante todas las etapas de la cadena alimentaria: producción, transformación, transporte, distribución y suministro), donde igualmente se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria
- ✓ Los importadores deben identificar y registrar al proveedor en el país de origen con el fin de que las autoridades de control puedan mantener trazabilidad.
- ✓ Normas generales de higiene
- ✓ Normas sobre residuos, plaguicidas, medicamentos veterinarios y contaminantes de alimentos
- ✓ Normas sobre alimentos modificados genéticamente, bioproteínas y nuevos alimentos.
- ✓ Normas sobre ciertas categorías de alimentos y productos destinados a un grupo específico (infantes, por ejemplo)
- ✓ Requisitos de comercialización y etiquetado de materia prima para alimentación animal orientados a cumplir objetivos de nutrición específica.

⁵ Para mayor detalle, el Reglamento No. 178/2002 puede ser consultado en el siguiente link: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20080325:ES:PDF>

- ✓ Normas generales de insumos que tendrán contacto con los alimentos.
- ✓ Controles de las autoridades respectivas orientados a asegurar el cumplimiento de la normativa establecida.

En materia de fitosanidad la Unión Europea con el fin de prevenir la introducción y propagación de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales ha establecido los siguientes requisitos:

- ✓ Certificado fitosanitario para productos de origen vegetal expedido por las autoridades del país de exportación.
- ✓ Prohibida importación de ciertos organismos, salvo circunstancias especiales.

Como reglas generales la UE mantiene como exigencias, la notificación previa e inspección aduanera a la entrada de las mercancías, que la importación la realice un importador debidamente inscrito en el registro oficial, requisitos de comercialización especial para las semillas y material de reproducción.

Igualmente, en el marco del acuerdo comercial con el fin de obtener la respectiva liberación arancelaria es indispensable la obtención del Certificado de Origen, que no es más que un documento que avala que las mercancías a ser exportadas son obtenidas, producidas, procesadas o manufacturadas en su totalidad dentro del país de origen.

11. Discusión de resultados – empresas

Una vez efectuadas las entrevistas a 10 de las 15 empresas exportadoras de Alimentos y bebidas del cantón Quito, se presenta lo aportado por cada una de ellas contrastando con la información cuantitativa presentada en el acápite 3.1.

11.1. Empresa A

La empresa A cuya oferta exportable consiste en pitahaya en estado natural, manifiesta conocer las ventajas que la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea ha tenido, en el sentido que les permite ingresar libre de aranceles; ventaja que creen haber aprovechado ya que el mercado europeo ha ido aumentando (como se puede observar en las Tablas 14 y 15, si bien los años 2017 y 2018 presenta disminución en

sus ventas respecto al año 2016, sus volúmenes de venta son superiores a lo que vendía años atrás de la firma del acuerdo), no obstante, el aumento no es elevado para la pitahaya amarilla en virtud que el mercado europeo no es su principal destino, sin embargo, coloca a Holanda y España como principales mercados.

Al ser consultada respecto a las mayores barreras para el ingreso al mercado europeo, se permite acotar que dicho mercado no tiene la cultura de consumo de pitahaya amarilla, por lo que se necesita tiempo para que la vayan conociendo y sin duda el no pagar aranceles ayuda a que el precio sea más accesible para el consumidor. Ante esto, manifiesta haber recibido apoyo por parte de PROECUADOR, quien les ha ayudado con un stand para la participación en ferias internacionales, lo cual apoya para dar a conocer el producto y nuevos clientes.

En lo que respecta a las ventajas de su producto como tal, ellos sienten que el valor diferenciador que tiene su mercancía es la variedad autóctona del país, la cual es superior a la variedad colombiana debido a que tiene mejor vida de anaquel y una cascara con mayor espesor, que sin duda facilita su transporte.

11.2. Empresa H

Sabiendo que el sector de Pacto es privilegiado para la producción de panela orgánica, esta empresa tuvo sus inicios desde el año 1992 vendiendo de forma asociativa con la Fundación *Maquita Cushunchic*, cuyos dirigentes eran de nacionalidad italiana, lo cual sin duda ayudo con los acercamientos en el mercado italiano, con visitas de un lado y del otro hasta llegar a un acuerdo que permitió que su empresa exporte directamente, fue todo un proceso recalcan.

La empresa H, cuyas exportaciones consisten en la venta de panela orgánica manifiesta conocer las ventajas del acuerdo comercial con la UE, y si bien tenían preocupación que el acuerdo grave con algún tipo de tarifa a los azúcares de su producto, esto no ha sucedido, pues una tasa hubiera afectado sensiblemente sus ventas dejándoles fuera del mercado (como se puede ver en la Tabla 50 la panela se encuentra en categoría SR con un arancel de 0% hasta completar las 15.000 toneladas métricas, aumentando anualmente 450 toneladas métricas más), en tal sentido han podido no solo incrementar sus ventas con el mercado italiano, sino conseguir un nuevo cliente en Francia a quien han realizado ventas en el último trimestre del 2018 y actualmente se encuentran en negociaciones con organizaciones de Alemania, con quien esperan comenzar una relación comercial en el 2019.

Manifiestan no tener problemas en cuanto a barreras para arancelarias se refiere, pues el requisito es que sea orgánica y ellos poseen certificación por su alto grado de calidad cumpliendo con los requisitos técnicos que son demandados por sus clientes, sin embargo, si recalca que su principal problema es el precio, pues la dolarización encarece su producto poniéndole en desventaja frente a Perú, Colombia y países de Centro América como Costa Rica, de quienes conoce manejan precios casi a la mitad de los suyos. Ellos al ser pequeños productores no pueden reducir tan drásticamente sus costos para llegar siquiera a igualar los precios de sus competidores.

Dentro de las ventajas de su producto se permite manifestar que su panela es un producto integral con certificación orgánica, y que al ser un edulcorante natural es más apetecido por el consumidor, cobrando mayor afectación en personas que quieren conservar su salud con productos naturales y nutritivos. Igualmente, ellos pertenecen a la Organización Internacional de Comercio Justo, lo cual indican les da más seguridad, pues el comercio justo tiene principios sociales, ambientales, comerciales y transparentes donde prima beneficiar a sus productores y que no sean terratenientes, sino personas que necesitan y se esfuerzan por contribuir al desarrollo del país; no al trabajo infantil, contaminación ambiental y si a todo lo orgánico. El organismo es mundial (Organización Internacional de Comercio Justo), sus clientes lo tienen y se extiende hacia ellos, pero están en proceso de obtenerlo de forma directa.

Han recibido visitas de PROECUADOR quienes les han brindado su apoyo, y actualmente también trabajan con FEDEXPOR en un proyecto de fondos compartidos, que son fondos de la UE que los administra dicho ente, a los cuales se suman fondos de la cooperativa como tal.

Esperan calificar en prácticas de buena manufactura en el transcurso del 2019, así como concluir con la construcción de su planta centralizada de producción y compra de equipos que les permita mejorar aún más la calidad del producto; centralización que obedece al hecho de que producir a nivel de las unidades productivas de cada familia es muy difícil.

Creen, que su ventaja competitiva está en el trabajo de largos años que paso a paso les ha permitido mejorar la calidad de su producto en parámetros de humedad y contaminantes, por poner un ejemplo, y saben que lo han logrado, pues su comprador de Italia esta categorizado como un distribuidor de productos de alta calidad, lo cual avala las bondades de su producto.

11.3. Empresa I y Q

Las empresas I y Q cuya oferta exportable consiste principalmente en espárragos y mangos, se encuentran manejadas por dueños pertenecientes a un mismo grupo empresarial, por ende, al ser entrevistados manifestaron que la información proporcionada aplica para las dos empresas.

Respecto a las ventajas que podría tener su producción-producto en el mercado europeo a propósito del acuerdo de libre comercio firmado con la Unión Europea, manifiestan que, si conocen y que esto amplía la posibilidad de un mayor número de frutas y vegetales con autorización de entrada a países europeos, los mismos que no presentan un pago de aranceles al momento de su ingreso (espárragos: terceros países 10,20%, Ecuador 0%).

Crean haber aprovechado estas ventajas para dar a conocer nuevos productos, sin embargo, aún no han logrado hacer un mayor acercamiento a mercados, pues una dificultad es que Ecuador posee costos de producción demasiado elevados que bajan el rango de ganancia hasta dejarla en cero, lo cual hace que en ciertos productos sea imposible competir con el mercado que poseen en Europa, donde los precios son demasiado competitivos y les enfrenta con el resto del mundo que posee volúmenes superiores y mejores tarifas en fletes aéreos y demás. No obstante, al ser consultados por sus incrementos en venta en los años posteriores al acuerdo manifestaron que fue por la obtención de nuevos clientes producto de su propia y constante gestión, pero que en nada influyó la firma del acuerdo.

Se encuentran enfocados en los mercados de Ámsterdam y Madrid, donde como ya se mencionó venden espárragos y mangos principalmente, no obstante, poseen una amplia gama de productos como pitahaya, pepino melón, tomate de árbol, granadilla, etc.

En cuanto a barreras para arancelarias se refiere, dan a entender que obtener las certificaciones y cumplir con los requisitos de origen y fitosanitarios no es un problema como tal, sino los temas burocráticos derivados en la emisión de los mismos, pues manifiestan que los certificados de origen solo pueden retirarse en oficinas en horarios especiales de 4 horas entre lunes a viernes lo que les impide poder realizar certificados fines de semana. Así mismo, indican que han quedado tema de saldos pendientes por error de funcionarios de aduana que hasta el momento no han sido solucionados, ocasionando rehacer varios certificados. En el tema fitosanitario, se quejan de lo poco

amigable del sistema ECUAPASS, de lo demoroso que es el tiempo de respuesta para realizar un pago, donde en varias ocasiones les ha tocado llamar a Agrocalidad para que revisen y aprueben tales documentos; situación que ha conllevado a que en más de una ocasión pierdan el vuelo por falta del certificado, pues sin el mismo, no es posible el ingreso al país de destino.

Respecto a la propuesta de valor diferenciador de su producto, se permiten indicar que es necesario crear consciencia de la competencia que tiene Ecuador, pues no solo se trata de precio, sino de producir de la mejor manera dándole más importancia a la agricultura, teniendo presente que el negocio debe cuidarse desde sus inicios y es netamente el campo para ofrecer no cualquier fruta o vegetal, sino la mejor fruta o vegetal; siendo este el mejor camino para dar a conocer el producto. De otra manera es necesario que se conozca la realidad del mercado, y los altos y bajos que son propios del negocio, precisando que es un tema de trabajo conjunto.

Creo, que las entidades gubernamentales deberían dejar de crear más escalones que impiden realizar un mejor trabajo y por el contrario ayudar a los exportadores a mejorar, y si bien indican que PROECUADOR les ha proporcionado contacto con potenciales clientes para sus productos, todos los que actualmente maneja la empresa han sido gestionados y conseguidos por ellos, a través de ferias, contactos, llamadas, visitas a mercados, etc. Pero de momento ninguno por el apoyo de una entidad gubernamental.

11.4. Empresa J

La empresa J cuyo único producto y mercado es café en grano verde y Reino Unido, respectivamente, manifiesta no conocer las ventajas del acuerdo de libre comercio firmado con la Unión Europea y por ende no haberlas aprovechado, así como tampoco haber recibido apoyo de entidades gubernamentales.

Al desconocer la firma del acuerdo su percepción es que no ha obtenido ningún beneficio por el momento, pues recalca no haberse beneficiado por la reducción de aranceles; que valga acotar tiene su asidero en el hecho de que pre y post firma del acuerdo su arancel era y continúa siendo de 0%.

Menciona a Estados Unidos, Reino Unido y China como sus principales y potenciales mercados de venta.

En cuanto a barreras para arancelarias se refiere, manifiesta no haber identificado ninguna que se considere importante, es decir que el cumplimiento de requisitos y certificaciones no les ha generado inconvenientes.

La propuesta de valor/diferenciación competitiva de su producto, es que se trata de un café de especialidad que brinda al cliente trazabilidad al 100%, obtenido de productores directos a precio justo, a quienes dan capacitación técnica de cómo producir café de calidad, más apoyo en infraestructura promoviendo la producción nacional y la inversión extranjera.

11.5. Empresa L

La empresa L manifiesta conocer las ventajas del acuerdo comercial con la Unión Europea, sin embargo, indica que no las han aprovechado en su totalidad, pues no están vendiendo en todos los países que contempla el acuerdo, de tal forma que no han incrementado compradores manteniendo sus clientes del sector de comercio justo y más bien sus ventas han tenido a la baja, situación que atribuyen a la crisis europea, principalmente de España.

Su principal problema no son las barreras para arancelarias, de las cuales cumplen con el comercio justo y el tema de producir orgánico, sino los precios de los productos, pues consideran difícil diversificar la cartera de productos orgánicos por los costos locales, no obstante, creen que es una ventaja que con la firma del acuerdo algunos aranceles lleguen a 0%. Al respecto es importante evidenciar que, de las 24 subpartidas utilizadas dentro del periodo en estudio, 19 pasaron a encontrarse libre de aranceles una vez firmado el acuerdo, es decir que de tener aranceles porcentuales y específicos pasaron a 0%; 3 estaban exentas y siguen manteniéndose de esa forma; y las otras 2 van desgravando progresivamente hasta llegar a encontrarse libre de arancel en 8 años (ver tabla 50).

Entre artesanías y productos agrícolas, tienen a España, Italia, Alemania, Suiza, Suecia, Japón y Australia como mercados, siendo únicamente Italia y España sus destinos de producción agrícola.

En lo que tiene que ver con el apoyo de entes gubernamentales, manifiesta que la participar en macroruedas les ha permitido contactar clientes y netamente de FEDEXPOR recibir capacitaciones.

Su principal producto de exportación es la panela granulada, cuya propuesta de valor diferenciador es su producción orgánica, el comercio justo y el adquirir la materia

prima de grupos asociativos provenientes del sector de economía popular y solidaria (EPS).

Un aspecto que les abrió las puertas para llegar a vender en el mercado europeo es la certificación en comercio justo, sin embargo, ven como un inconveniente el trabajar con organizaciones y productores que no cuentan con certificaciones orgánicas.

11.6. Empresa N

La empresa N cuya oferta principal consiste en barras de chocolate, manifiesta conocer las ventajas del acuerdo con la Unión Europea, en cuanto a reducción de aranceles se refiere, pues entiende hace más accesible el ingreso de sus productos, sin embargo, manifiesta que no han sentido beneficios como tal; ante esto, vale acotar que frente a terceros países el chocolate ecuatoriano se encuentra en categoría “O” con 0% y no cancela la tasa base de 8.30% + EA MAX 18.70% +ADSZ que es cobrada a terceros países.

En materia para arancelaria, indican que se les han complicado las ventas, por regulaciones a productos que contengan lácteos y actualmente por el cadmio en el chocolate.

Indican que venden en Francia, Suiza, Alemania, Inglaterra, Holanda y Bélgica, no obstante, tal información no es coincidente con los registros de exportación, pues los mismos solo visualizan Holanda, España y Francia como países de destino.

Manifiestan que no han recibido apoyo de ninguna entidad gubernamental, pues si bien PROECUADOR ha proporcionado contactos, nunca han llegado a concretar nada, por precios muy caros y en otros, sin conocer a ciencia cierta, pues no les han proporcionado retroalimentación.

Su principal producto considera que son sus barras de con porcentaje de cacao al 72%, añadido rosas y limón.

La propuesta de valor/diferenciación competitiva de su producto consideran es la excelente calidad en textura y sabor, sumando a un estricto cuidado del proceso desde la materia prima hasta su elaboración.

Llegaron a Europa por un representante que al inicio enviaba flores a Holanda, que al conocer su chocolate empezó a comprarles y ubicarles alrededor de Europa, remarcando que la principal dificultad es la lucha de precios con otras barras hechas dentro de Europa.

11.7. Empresa P

La empresa P indica conocer las ventajas del acuerdo con la UE y las facilidades para la exportación, de las cuales han aprovechado el tema de aranceles beneficiándose con incremento en las exportaciones; situación verificada, al evidenciar que en el año 2018 alcanzaron un volumen de seis cifras bajas con la venta de banano bocadillo, que les ayudo a dar un salto exponencial en menos de un año (ver Tablas 38 y 39)

Sus socios colombianos, les han conseguido ingresar al mercado europeo usando sus relaciones comerciales, al sustituir las exportaciones colombianas por ecuatorianas.

Atienden el mercado italiano, francés y holandés con la venta de *baby banana* (banano bocadillo), maracuyá y pitahaya, no registrando inconvenientes en la entrada de sus productos, en cuanto a materia para arancelaria se refiere.

Manifiestan no haber recibido apoyo ni mayor información al respecto del acuerdo con la Unión Europea por parte de ente gubernamental alguno.

Atribuyen como factor de diferenciación competitiva al hecho de que sus productos son frutas exóticas que no se producen en Europa.

11.8. Empresa R

La empresa R manifiesta no conocer todas las ventajas que el acuerdo brinda y por ende no tiene claro si les ha sido beneficioso o no.

Francia y Bélgica han sido mercados frecuentes desde el 2013, tiene envió de muestras a Italia en 2015 y 2016, a Holanda en 2016 y a España en 2018, sin embargo, menciona al mercado alemán como un nuevo ingreso en 2018 al cual ya exportaron dos pallets de mercancías gracias al programa internacionalízate de la CORPEI que brindo financiamiento no reembolsable, haciendo posible que puedan promocionarse.

Manifiestan no tener problemas en cuanto a barreras para arancelarias se refiere, pues no les genera inconveniente el obtener los documentos de acompañamiento, siendo su principal obstáculo el dar a conocer y promocionar sus productos para conseguir una cartera de clientes. Ellos venden orgánico y desconocen si tienen competencia a sus mercancías que permitan evidenciar si el precio es un factor de competitividad.

Con el fin de obtener mayor mercado se encuentran trabajando con PROECUADOR/Ministerio de Comercio Exterior enviando muestras y propuestas mediante correo electrónico a potenciales clientes, pero indican es complicado por la

falta de conocimiento y cultura de consumo de este tipo de producto en el mercado europeo.

11.9. Empresa S

La empresa S indica no conocer las ventajas del acuerdo comercial con la Unión Europea, en virtud que no se ha socializado y, en consecuencia, no saben cómo aprovecharlas al no tener tales conocimientos.

A diferencia de las otras empresas entrevistadas, indica que la barrera más difícil para el ingreso al mercado europeo es el manejo agrícola para cumplir con las restricciones de aplicaciones de agroquímicos y certificaciones europeas y sociales; certificaciones como *Grasp* y *Global Gap*⁶

Su principal producto de exportación son frutas exóticas que manifiesta venden en América, Europa, Asia y Medio Oriente, las cuales a su criterio no tienen una diferenciación competitiva debido al escaso mercado y escaso consumo, no obstante, creen que se diferencian de su competencia en el precio ya que son agricultores.

Si bien han recibido apoyo de PROECUADOR para contactar con algunos clientes interesados, su entrada al mercado europeo la han conseguido mediante visita a la feria de Berlín y por contactos de amigos, recalando que su principal obstáculo han sido los requisitos de seguridad fitosanitaria aplicables a certificaciones *Global Gap*.

Al ser consultados por el incremento de sus ventas en 2017 y 2018 se permiten indicar que es debido a su calidad y precios competitivos, siendo importante acotar que sus exportaciones registran venta de *baby banana* en el año 2018, con un significativo volumen de ventas; producto que ha ido reduciendo su arancel específico conforme lo muestra la Tabla 50. Colombia y Perú mantienen el mismo porcentaje de desgravación en dicho producto, justificando en ese factor el hecho efectivo de que su calidad y precio hacen la diferencia.

⁶ GRASP significa Evaluación de Riesgos GLOBALG.A.P. para las Prácticas Sociales, desarrollado con el fin de evaluar prácticas sociales, abordando temas específicos relativos a la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, ayudando a productores a establecer un sistema de gestión social que garantiza a los compradores que protegen a uno de sus recursos más importantes, sus trabajadores (GlobalG.A.P).

12. Discusión de resultados – expertos

12.1. Experto – Mgs. Roberto Rosales

Para el Mgs. Roberto Rosales, Director de CBS Network Ecuador, académico en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) y escuela de negocios de la Cámara de Comercio de Quito (CCQ), las evidencias para afirmar que el acuerdo ha tenido un impacto positivo, las basa en lo manifestado por el Viceministro Diego Caicedo en la V reunión del Comité de Comercio celebrado en la Universidad Andina Simón Bolívar el 14 de diciembre de 2018, donde manifestó que las exportaciones ecuatorianas a la Unión Europea en el periodo 2016-2017 aumentaron en 12% gracias al Acuerdo Comercial Multipartes. Manifiesta que productos no tradicionales como las uvillas, mellocos y cerámicas han empezado a incrementar sus volúmenes de comercio.

Respecto a las las perspectivas, para que el acuerdo tenga un impacto positivo, indica que es necesario mejorar la competitividad del sector exportador, mejorar productividad, valor agregado, nueva tecnología, innovación y buscar certificaciones internacionales para abrir mercados, así como prepararse para lograr implementación de infraestructura productiva, crear cadenas de valor y redes entre las empresas para ampliar su mercado; ve en la asociatividad una interesante opción. Adicionalmente, cree que deben reducirse los impuestos, mejorar las modalidades de contratación para conseguir optimizar el uso de la mano de obra, así como las modalidades de trabajo.

Manifiesta que existen interesantes esfuerzos, que están empujando este proceso desde el sector gubernamental. A través de PROECUADOR, existen antenas comerciales que aportan con información de los mercados, ferias internacionales, eventos de difusión de los productos, ruedas de negocios y otros. La Unión Europea está aportando con fondos de cooperación no reembolsables por un monto de 10 millones de euros, los mismos que serán invertidos para la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas (MIPYMES), a través de CORPEI y FEDEXPOR.

Respecto a los mayores retos a superar, considera que debemos conocer bien a nuestro cliente y diseñar propuestas competitivas, la exportación no inicia con el producto terminado, sino desde sus materias primas, componentes, mano de obra, etc.; el Centro de Comercio Internacional, desarrolló estudios en los cuales logró determinar que la principal falencia de las PYMES EXPORTADORAS en el mundo, es la gestión

de su cadena de abastecimiento, es decir, compras y abastecimientos, probablemente en el Ecuador vivimos un escenario similar, ya que buscamos mejorar la competitividad reduciendo precios pero no enfocándonos en los costos, que no son lo mismo. Deben existir esquemas laborales más flexibles, que permitan a los empleadores formas de contratación alineadas a la dinámica de nuestro tiempo, el uso de la tecnología debe ser un eje transversal en toda actividad productiva; las alianzas estratégicas, son otro aspecto importante que considerar.

En su punto de vista, considera que las ventajas competitivas de las PyMES ecuatorianas en el mercado europeo podrían estar en:

- Innovación de procesos y productos, alineados a las tendencias globales, cada vez más dinámicas.
- Incremento del valor agregado, respetando el medio ambiente (sustentable y sostenible)
- Alineación de la oferta con la demanda, para lo cual requiere flexibilidad, dinámica, interacción (información)
- Gestión de la cadena de abastecimiento y del recurso humano (retención, promoción, formación, plan de carrera)
- Digitalización de las empresas, un componente clave, uso de las tecnologías de la información (Rosales 2019, entrevista personal)

12.2. Experto – Mba. Gonzalo Herrera

Para el Mba. Gonzalo Herrera, Director Ejecutivo de la Fundación INCADECO ,dedicada a la actividad de desarrollo de mercados nacionales e internacionales de PyMES y artesanos; continuar con los beneficios que las empresas venían recibiendo a través del Sistema Generalizado de Preferencia - SGP Plus, les permite tener una visión de largo plazo para la planificación de las inversiones con productos exportables, contemplando que la Unión Europea es el mayor importador mundial de productos agrícolas y alimenticios.

Luego de los dos años de vigencia del acuerdo se puede notar el incremento de las exportaciones del Ecuador a la Unión Europea, actualmente es el primer destino de las exportaciones no petroleras, en lo que corresponde al banano, camarón, enlatados de atún; las frutas tropicales crecieron.

El acuerdo permite la liberalización inmediata de casi el 99% de los productos de la oferta exportable histórica del país, en los productos agrícolas y en los productos industriales el 100%.

Cree que por parte del sector gubernamental son muy pocas las actividades que se encuentran desarrollando para incentivar las exportaciones a la Unión Europea, sin embargo, según el anuncio de este mes (febrero 2019) por parte de la autoridad del gobierno, existe la firma del acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, en el que contempla un importante rubro para mejorar la competitividad del sector productivo ecuatoriano, esperando que se concrete el acuerdo y los fondos se destine para estos fines

Por parte de la Unión Europea, como producto de la firma del Acuerdo Comercial se encuentra implementado el programa de apoyo al sector comercio en el Ecuador dirigido para las MIPYMES. Este Programa co-financiado por la Unión Europea tiene como objetivo “apoyar el desarrollo económico del Ecuador y la creación de trabajo formal a través de la internacionalización de las MIPYMES ecuatorianas con enfoque en el fortalecimiento de su presencia en el mercado europeo.

La firma del acuerdo ha sido positiva para el país, requiere que se trabaje en elementos de corto plazo para potenciar las relaciones con los países integrantes de la UE, promover las inversiones directas al sector productivo, eliminar las trabas como el tema de impuestos, tasas y contribuciones, revisar el código de trabajo para la flexibilidad laboral, transparentar el tema de contratación pública, destinar recursos frescos para la promoción de bienes y servicios, y capacitar sobre los requisitos para las exportaciones principalmente dirigido a las MIPYMES.

El alto costo laboral en el Ecuador no permite competir por precios en la Unión Europea, sin embargo, las pymes ecuatorianas se han ubicado en el mercado europeo principalmente con productos agroindustriales por sus características de materia prima, como es por el cacao fino de aroma que se ha ganado un prestigio a nivel internacional, el café de altura, las flores, las pulpas de frutas. Al momento hace falta promover programas de apoyo a las MIPYMES para que puedan cumplir con las normas sanitarias y ambientales que exige la Unión Europea, como son BPM, HACCP, ISO 2200, entre otras, que tienen un alto costo y las pequeñas empresas no cuentan con el presupuesto (Herrera 2019, entrevista personal)

Capítulo cuarto

En el presente capítulo se exponen las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado, en virtud de las aportaciones de las entrevistas efectuadas.

1. Conclusiones

Al realizar un primer acercamiento con el fin de identificar el impacto que ha tenido el “Protocolo de adhesión del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú por otra, para tener en cuenta la adhesión de Ecuador” publicado el 23 de diciembre de 2016 en el Registro Oficial No. 807 en las exportaciones ecuatorianas, se escogió como muestra a las pequeñas y medianas empresas del cantón Quito que han realizado exportaciones de alimentos y bebidas a países de la Unión Europea desde el periodo 2013 al 2018.

El acuerdo comercial con la Unión Europea se firmó con el fin de no perder el Sistema Generalizado de Preferencias Plus SGP+ que concluía a finales del 2014, mismo que era unilateral y transitorio y solo concedía beneficios al 85% de las exportaciones, lo cual una vez firmado el acuerdo pasó a estar representado por un marco permanente, seguridad jurídica y predictibilidad en las relaciones, que libera de forma inmediata el 99,7% de la oferta exportable agrícola. Es decir que Ecuador pasa de ser un beneficiario de un sistema de preferencias, a ser un socio comercial de uno de los principales mercados del mundo (Delegación de la Unión Europea en Ecuador 2017).

Es notorio el predominio de productos agrícolas y agroindustriales como parte de la oferta exportable ecuatoriana, es decir bienes primarios con poco grado de manufactura, que como se había revisado en las teorías económicas, el Ecuador basa su ventaja comparativa en la producción de bienes primarios, los cuales representan en promedio dentro del periodo 2013 al 2017 el 79,43% del total exportado, aprovechando que su situación geográfica le permite producir todo el año, con mano de obra suficiente y no calificada; no obstante, la educación y la falta de inversión en investigación y desarrollo no permiten que Ecuador elabore bienes que revistan mayor complejidad. Dentro de los principales productos que forman parte de la oferta exportable de estas 21 empresas tenemos a las conservas de palmito, panela orgánica y preparaciones de chocolate como las más representativas, con valores de venta de 55% del total exportado; y en cuanto a volumen se refiere, las conservas de palmito y la panela

orgánica mantienen el primer y segundo lugar respectivamente con 56,11%, subiendo al tercero las papayas frescas (12,68%) y ubicando en séptimo lugar a las preparaciones de chocolate, lo cual quiere decir que si bien el porcentaje de las preparaciones de chocolate en volumen representa un 2,47% su precio repercute en que se ubique en el tercer lugar, sucediendo lo contrario con las papayas.

Es evidente que no se llega a vender a todos los 28 países que conforman la Unión Europea, pues solo a 13 de ellos han llegado los productos de estas 21 empresas, siendo Holanda, Italia, España y Francia los principales mercados que han acogido volúmenes de venta superiores a las 7 cifras bajas; Alemania y Bélgica con volumen de ventas de 6 cifras bajas; Reino Unido y Finlandia con 5 cifras altas y 5 cifras bajas respectivamente; y mercados como Suecia, Irlanda, Bulgaria, Polonia y Dinamarca con montos totalmente marginales, a los cuales han realizado envíos de muestra más que exportaciones como tal. Ante esto, es importante mencionar que el Ministerio de Comercio Exterior manifiesta que “cerca del 90% del total de las exportaciones se concentra en ocho países: Italia, España, Países Bajos, Alemania, Francia, Reino Unido, Bélgica y Grecia. Mientras que el 10% restante se dirige a las otras 20 naciones que son mercados potenciales para el crecimiento de la presencia de la oferta exportable ecuatoriana.” (Ecuavisa 2017)

La mayoría de las empresas entrevistadas manifiesta conocer las ventajas del acuerdo comercial con la UE, específicamente en lo que respecta a la reducción arancelaria, donde se encuentra el principal impacto, que valga acotar tiene su asidero en que, de la totalidad de las 85 subpartidas utilizadas para ingresar al mercado europeo, detalladas en la Tabla 31, el 77,65% se encuentra en categoría “0” y el 14,12% en categorías “MZ, RI, SP, SR”; es decir que el 91,77% de la totalidad de subpartidas maneja un arancel de 0%, las primeras de forma inmediata y las segundas hasta llegar a un límite de volumen exportado. El 8,23% restante mantiene arancel específico asociado al peso de la mercancía y/o aranceles específicos que se van desgravando anualmente de forma progresiva. Se puede decir entonces, que efectivamente en cuanto a productos primarios se refiere, la liberación de la oferta exportable histórica llega a casi el 99,7% que el Ministerio de Comercio Exterior había anunciado una vez producida la firma del acuerdo.

Las opiniones respecto al impacto real que el acuerdo ha tenido son divididas, pues solo las empresas A, H y P colocan al acuerdo como el principal causante de su incremento en ventas y clientes, al cual sin duda reconocen como un apoyo para el

ingreso libre de aranceles fortaleciendo la comercialización de sus productos; por otro lado las empresas I, L, N y Q si bien admiten conocer las ventajas del acuerdo en el sentido de dar a conocer nuevos productos, sienten no haberlas aprovechado todavía, pues indican que no han logrado un mayor acercamiento a mercados y/o incremento en ventas, lo cual al ser contrastado con los datos cuantitativos (Tabla 29) evidencia que la empresa I tuvo crecimiento de 36,54% en el 2018, la empresa L variaciones fluctuantes, la empresa N con tendencia a la baja y la empresa Q crecimientos en 2016, 2017 y 2018, lo cual en principio daría a entender que el acuerdo influyo en I y Q positivamente, pero a criterio de las encuestadas no ha sido el factor influyente en sus ventas, sino la obtención de nuevos clientes producto de su propia y constante gestión. Por último las empresas J, R y S manifiestan no conocer el acuerdo o por lo menos no sus beneficios y por ende no haber aprovechado sus ventajas, a lo cual vale acotar que si bien R tiene variaciones fluctuantes que no generan indicios de haber obtenido ventajas, J si crece en el 2018 y S lo hace en 2017 y 2018 (Tabla 29) en elevado porcentaje, siendo posible que el acuerdo si haya sido el factor que les permitió crecer, pues estas dos empresas comenzaron sus ventas a partir del año 2016, y aun cuando el desconocimiento del acuerdo les da la percepción de que no hubo influencia alguna, resulta coincidente que sus ventas comiencen y alcancen crecimientos a partir de la firma del acuerdo. Para el Ministro de Comercio Exterior Pablo Campana “la participación de las exportaciones de las micro y medianas empresas en el total exportado aumentó del 6% al 14%.” [y] “el 65% del total de exportaciones de la Economía Popular y Solidaria ingresó a la UE” (América economía 2018)

Pese a que el Viceministro Diego Caicedo en la V reunión del Comité de Comercio celebrado en la Universidad Andina Simón Bolívar el 14 de diciembre de 2018, haya manifestado que las exportaciones ecuatorianas a la Unión Europea en el periodo 2016-2017 aumentaron en 12% (consecuente con lo verificado en la tabla 5) gracias al Acuerdo Comercial Multipartes, una vez que ha concluido el periodo 2018, su crecimiento se reduce a un 3,01%; que de alguna forma obliga a las autoridades a estar pendiente, pues puede resultar normal que se reduzca una vez que creció en casi 10 puntos porcentuales de 2016 al 2017, pero podría terminar siendo un indicio de lo que le sucedió a Colombia al no diversificar su oferta exportable (ver último párrafo acápite 2 de recomendaciones). Pues si bien, unas empresas tienen crecimiento sostenido, otras por el contrario han bajado sus ventas en el periodo 2018, y otras incluso han dejado de vender, lo cual permite evidenciar que no todo lo que se intentó ingresar en el periodo

2017 como aprovechamiento del acuerdo firmado, logro consolidarse y abrir un nicho de mercado permanente.

En cuanto a barreras arancelarias se refiere, pese a que algunas manifiestan tener problemas por la tramitología y/o el cumplimiento del manejo agrícola para obtener las certificaciones, la mayoría de las empresas ha manifestado no tener inconveniente con las mismas pese a lo exigente de sus requisitos por parte del mercado europeo, no obstante, señalan al precio derivado de sus costos internos como un factor preponderante que dificulta poder ampliar sus ventas/mercado y competir con otros países que ofertan sus mismos productos; pues uno de ellos al ser más puntual, indica que al ser pequeños productores, no pueden reducir tan drásticamente sus costos, los cuales son elevados por efecto de la dolarización.

Adicionalmente al precio como factor principal para la falta de competitividad de las PyMES ecuatorianas, se suman aspectos como el poco conocimiento y cultura de consumo del mercado europeo respecto a ciertos productos, donde hace falta más promoción para dar a conocer las ventajas y bondades de estos dentro de la alimentación diaria, con el fin de incentivar su consumo y poder incrementar los clientes y mercados dentro de la UE.

Pese a su reducida competitividad por el tema de precios, la mayoría de las PyMES entrevistadas atribuyen a la calidad de su producto como principal valor diferenciador para acceder al exigente mercado europeo. Cuidan el producto durante toda su cadena de producción, desde la materia prima hasta obtener el producto final, preocupándose por producir orgánicamente y manteniendo un comercio justo con sus proveedores.

Se identifica apoyo de entidades de gobierno, como PROECUADOR, FEDEXPOR y CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones), la segunda y la tercera con capacitación/financiamiento y financiamiento respectivamente, y la primera la que más apoyo a brindado en cuanto a proporcionar nuevos clientes, mediante invitaciones a ferias y macroruedas de negocios, que para algunas han sido productivas y para otras no han dado los frutos esperados.

Acorde a la información de un experto y dos de las empresas entrevistadas, se conoce que la Unión Europea está aportando con fondos de cooperación no reembolsables por un monto de 10 millones de euros, cuyo fin es invertir en la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas

(MIPYMES), a través de CORPEI y FEDEXPOR; montos de los cuales las empresas H y R informan haberse beneficiado.

2. Recomendaciones

En virtud que el precio es un factor preponderante que afecta la competitividad de los productos ecuatorianos, el apoyo del gobierno debe ser fundamental en temas de concesión o reducción de impuestos, capacitación, flexibilidad en materia laboral, tratamiento especial a bienes de capital, inversión extranjera, financiamiento a tasas reducidas, entre otras, de tal forma que los costos internos puedan disminuir, volviendo competitivas a las pequeñas, medianas y con más razón microempresas; y como tarea propia de las PyMES, está la mejora de su gestión de compras y abastecimientos, pues los expertos informan que según estudios, una de las principales falencias se encuentra en la cadena de abastecimiento, pues se busca mejorar la competitividad reduciendo precios pero sin enfocarse en los costos. En tal sentido, las pequeñas y medianas empresas deberían contratar o capacitar a su personal en gestión de compras y cadena de suministros, con el fin de volver más eficientes sus departamentos a la hora de adquirir insumos y materias primas y de esta forma reducir costos que deriven en precios más competitivos.

Entes como PROECUADOR, FEDEXPOR y CORPEI debe continuar apoyando con mayor promoción, financiamiento, seguimiento y capacitación a las pequeñas, medianas y microempresas que deseen exportar a cualquier parte del mundo, pues en Europa hay potenciales mercados desentendidos que podrían ser explotados. Igualmente, deben promover programas de apoyo para que puedan cumplir con normas sanitarias y ambientales que exigen compradores de la Unión Europea, como son BPM, HACCP, ISO 2200, entre otras, que tienen un alto costo y las pequeñas empresas no cuentan con el presupuesto para afrontarlas.

Las PyMES deben mejorar su productividad, con mayor valor agregado, con uso de tecnologías más limpias y eficientes, otorgando innovación a sus productos y/o procesos, obteniendo certificaciones internacionales como un sello de garantía que avale su producción, crear cadenas de valor, así como pensar en la asociatividad como propuesta estratégica de desarrollo, redes empresariales con procesos de integración vertical y/o horizontal con la finalidad de incrementar el volumen y oferta exportable actual (pues ya se ha evidenciado que su aporte en las exportaciones no va más allá del 11% del total exportado, que amplía las brechas de productividad frente a las grandes

empresas); para ello deberán superarse patrones mentales individualistas, y crear interacción entre las empresas, el gobierno y la academia. De esta forma se deberían crear bases con información al alcance de todos, que contengan casos de éxito locales e internacionales, estudios de mercados externos que propongan ideas para invertir, y en general bases de datos de productores y exportadores con el fin de proporcionar información confiable que permita procesos de asociación al conocer pares con los cuales relacionarse.

Las empresas deben cambiar el enfoque de producir lo que pueden e intentar vender, a que es lo que el mercado demanda e intentar producirlo; siendo un espacio propicio las ferias y macroruedas, para conocer qué es lo que los mercados necesitan en cuanto a producto y condiciones de entrega, para determinar si están o no en la capacidad de poder ofrecerlo. Otra forma, sería realizar visitas a los mercados, especialmente los que no demandan mayor producto de la oferta exportable actual, para observar su estilo de vida y alimentación, con la finalidad de identificar oportunidades de negocio, pues no solo se trata del factor producto, ni de como se lo entrega, sino de crear valor agregado.

Adicionalmente, Ecuador debe ampliar y diversificar sus mercados y oferta exportable con otro tipo de productos que generen mayores ingresos (software por ejemplo), pues los productos tradicionales que actualmente exporta alcanzaran su máximo potencial algún momento sin más posibilidades de crecer, a lo cual vale citar la entrevista que diario la hora realizó a Amanda Orejuela, consultora independiente en comercio exterior, quien respecto a los errores cometidos por Colombia manifiesta que:

En cinco años, el balance comercial colombiano con la UE pasó de tener superávits de 2.000 millones a un déficit de 1.400 millones, debido a que no diversificó su oferta y mantiene una alta dependencia de las ventas de petróleo [...] pasó de vender 10.000 millones a 5.000 millones, y esto le puede pasar a Ecuador si no busca ampliar el número de empresas y productos que comercia con Europa (Diario la Hora 2018, párr. 5)

Situación que las tasas de crecimiento de las exportaciones a la UE ya lo empiezan a evidenciar, pues de tener un repunte elevado de 12.07% en 2017, se reduce a un 3,01% en 2018.

Lista de Referencias

- Acosta, Alberto, y Fander Falconí. *TLC más que un tratado de libre comercio*. Quito: FLACSO, 2005.
- Acosta, Raquel Susana. *Saneamiento ambiental e higiene de los alimentos*. Córdoba: Brujas, 2008.
- Ahcar, Jaime. "El potencial de Colombia para el comercio con la Unión Europea y otros grandes mercados mundiales". *Revista de la Cepal*, n.º 25 (2018): 163-190. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43996/RVE125_Ahcar.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Acosta, Alberto, Rafael Correa, Fander Falconí Benítez, Hugo Jácome, Rene Ramírez. *El rostro oculto del TLC*. Quito: Abya Yala, 2006.
- América economía. "Ecuador incrementa en 13% sus exportaciones hacia la Unión Europea en últimos 12 meses". 05 de julio de 2018. <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/ecuador-incrementa-en-13-sus-exportaciones-hacia-la-union-europea-en>
- Araque, Wilson. "Potencial de exportación de las pymes". *Gestión*, nº 251 (2015): 28-32. <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Potencial%20de%20exportacion%20en%20las%20PyME.pdf>
- Araque, Wilson, y Andrés Argüello. "Caracterización del proceso de internacionalización de las PyME ecuatorianas". *FIR-FAEDPYME International Review* 4, n.º 7 (2015):35-46. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4711/1/Araque.%20W-CON-001-Characterizacion.pdf>
- Ariza, Guillermo. *Barreras Técnicas Comerciales, los obstáculos reglamentarios al comercio exterior y cómo solventarlos*. Instituto Español de Comercio Exterior, 2012.
- Bajo, Oscar. *Teorías del Comercio Internacional*. Barcelona: Antoni Bosch, 1991.
- Ballesteros Román, Alfonso J. *Comercio Exterior Teoría y Práctica*. 2da. Murcia: Universidad de Murcia, 2001.
- Banco Central Europeo. *El reto de la productividad en Europa*. 30 de noviembre de 2016. https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2016/html/sp161130_1.es.html

- Banco Mundial. "Importaciones de bienes y servicios (% del PIB)". *Banco Mundial*.
Accedido 18 de noviembre de 2018. <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.IMP.GNFS.ZS>
- Bernal, César. *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2006.
- Berumen, Sergio A. *Introducción a la Economía Internacional*. Madrid: ESIC Editorial, 2006.
- Blanco Cruz, Lenin, y Carlos Salazar Villegas. "Competitividad e Innovación en las Pymes, una visión desde el estado y la academia". Accedido 19 de noviembre 2018. <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Competitividad%20e%20innovacion%20en%20las%20pymes.pdf>
- Cantos, Manuel. *Introducción al comercio internacional*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya, 1999.
- Castillo, Marga. "La teoría de la globalización de Krugman gana el Nobel de Economía". *Expansión* 13 de octubre de 2008. <http://www.expansion.com/2008/10/13/portada/1223896415.html>
- CEPAL. "Evaluación de los posibles impactos de un acuerdo comercial entre el Ecuador y la Unión Europea". *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. 01 de enero de 2017. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40924/1/S1500670_es.pdf
- . "La Unión Europea y América Latina y el Caribe, Estrategias convergentes y sostenibles ante la coyuntura global". *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. 01 de julio de 2018. file:///C:/Users/DJC/Downloads/S1700869_es.pdf
- CESLA. "Exportaciones ecuatorianas a la UE crecieron en US\$330M en el primer año del acuerdo comercial". 08 de mayo de 2018. <https://www.cesla.com/detalle-noticias-de-ecuador.php?Id=1966>
- Colombia Ministerio de Industria y Turismo. "ABC del acuerdo comercial con la Unión Europea". *Ministerio de Industria y Turismo*. Accedido 04 de junio de 2013. http://www.mincit.gov.co/publicaciones/3406/abc_del_acuerdo_comercial_con_la_union_europea.
- Comisión Europea. "Export Helpdesk for Developing Countries". *Comisión Europea*. Accedido 09 de febrero de 2019. http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145221.pdf

- . "Factores que influyen en la competitividad industrial de la UE". *Comisión Europea*. Accedido 02 de febrero de 2019. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-527_es.htm
 - . "Market Access Database". *Comisión Europea*. Accedido 02 de febrero de 2019. <http://madb.europa.eu/madb/euTariffs.htm>
 - . "Report on Implementation of EU Free Trade Agreements". *Comisión Europea*. Accedido 25 de octubre de 2018. http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2018/october/tradoc_157468.pdf
 - . "Requisitos sanitarios y fitosanitarios". *Comisión Europea*. Accedido 10 de febrero de 2019. <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/requisitos-sanitarios-y-fitosanitarios>
- Comunidad Andina Secretaria General. *Resolución No. 1260*. Gaceta Oficial 1743. 24 de agosto de 2009, art. 3.
- Cordero, Paula, Sergio Sepúlveda, y Adrián Rodríguez. *Temas de Comercio y Medio Ambiente*. San José: IICA, 2004.
- Cossio Carlin, Alfonso. "Impacto del TLC Perú - Unión europea en las exportaciones peruanas de mangos al Reino Unido". *Logos* 5, n.º 1 (2015): 10. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LOGOS/article/view/791/628>
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador. "Acuerdo comercial Ecuador - Unión Europea". 01 de marzo de 2017. https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf.
- Diario la Hora. "Exportaciones de Ecuador a UE crecen menos que Perú y Colombia". *La Hora*. 15 de diciembre de 2018. <https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102208089/exportaciones-de-ecuador-a-ue-crecen-menos-que-peru-y-colombia>
- Ecuador. *Ley de Régimen Tributario Interno*. Registro Oficial 463, Suplemento, 17 de Noviembre de 2004.
- Ecuador Banco Central. "Estadísticas de comercio exterior, totales por país-producto". *Banco Central del Ecuador*. 2018. <https://www.bce.fin.ec/index.php/c-externo>
- . "Estadísticas macroeconómicas presentación coyuntural". *Banco Central del Ecuador*. 01 de abril de 2018. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro042018.pdf>.

- "Estadísticas sector real, cuentas nacionales". *Banco Central del Ecuador*. 2018.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/CuentasNacionalesAnuales.html>
 - "Estadísticas sector real, cuentas nacionales". *Banco Central del Ecuador*. 2018.
<https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
 - "Estadísticas sector real, cuentas nacionales". *Banco Central del Ecuador*. 2019.
<https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
 - "Información estadística mensual". *Banco Central del Ecuador*. 2019.
<https://www.bce.fin.ec/index.php/c-externo>.
- Ecuador Ministerio de Comercio Exterior. "Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea". *Ministerio de Comercio Exterior*. Accedido 03 de febrero de 2018.
<http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>
- "Anexos I al XX - Protocolo de Adhesión del Ecuador al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros y Colombia y Perú por otra partes". *Ministerio de Comercio Exterior*. Accedido 09 de noviembre de 2016. <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/ANEXOS-I-AL-XX-EU-EC-Prot-to-CO-PE-TA-ES-09-11-2016.pdf>.
- Ecuador Superintendencia de Compañías. *Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005*. Registro Oficial No. 335, 07 de diciembre de 2010, art. 1.
- Ecuador Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. *Acuerdo Ministerial No. 299*. Registro Oficial No. 34, 11 de julio de 2013, art. 1.
- Ecuavisa. "Exportaciones ecuatorianas hacia la Unión Europea se incrementaron en 14%". *Mguaman*, 09 de octubre de 2017. <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/326726-exportaciones-ecuatorianas-hacia-union-europea-se-incrementaron-14>
- Ekos Negocios. "Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB". *Redacción Ekos*, 05 de abril de 2017. <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8906>
- "Industria de alimentos y bebidas: la mayor industria del país". *Redacción Ekos*, 06 de febrero de 2018. <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10183>
 - "Los países con la jornada laboral más extensa". *Redacción Ekos*, 24 de mayo 2017. <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=9087>

- El Telégrafo. "Las pymes aportan con el 25% del PIB no petrolero". *El Telégrafo*. 16 de julio de 2015. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/las-pymes-aportan-el-25-del-pib-no-petrolero>.
- El Universo. "Merkel y Correa buscan acuerdo de libre comercio entre UE y Ecuador", *El Universo*. 17 de abril de 2013. <https://www.eluniverso.com/2013/04/17/1/1356/angela-merkel-rafael-correa-buscan-acuerdo-libre-comercio-ue-ecuador.html>
- Encinas, Manuel Cantos. *Introducción al Comercio Internacional*. Barcelona: Edihuoc, 1998.
- Europa Parlamento. "Libre circulación de capitales". *Parlamento europeo*. Accedido 22 de noviembre de 2018. <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/39/libre-circulacion-de-capitales>
- Fernández, Enrique, y Mujica Maldonado. *Impacto de los Acuerdos Comerciales Internacionales adoptados por el Estado*. Informe de Impactos, Lima: Red Peruana por una Globalización con Equidad, 2015.
- García, Úrsula. "La integración de los mercados de capitales en la Unión Europea". *Instituto de Estudios Bursátiles*. 09 de octubre de 2017. <https://www.ieb.es/la-integracion-los-mercados-capitales-la-union-europea/>.
- Gastón, Lucía. "La Comisión Europea revisa la Unión del Mercado de Capitales". *BBVA*. 21 de julio de 2017. <https://www.bbva.com/es/comision-europea-revisa-union-mercado-capitales/>.
- Gaytan, Ricardo Torres. *Teoría del Comercio Internacional*. Mexico: Siglo Veintiuno, 2005.
- Gestión. "TLC Perú-Unión Europea: Así van las relaciones comerciales a (casi) cinco años del acuerdo". *Redacción Gestión*, 22 de noviembre de 2017. <https://gestion.pe/economia/tlc-peru-union-europea-relaciones-comerciales-cinco-anos-acuerdo-153179>
- Giordano, Paolo, y Fernando Quevedo. *Apertura e inserción internacional en la estrategia de desarrollo de Uruguay*. Documento de divulgación 43, Buenos Aires: Banco Interamericano de Desarrollo, 2006.
- GlobalG.A.P. "Evaluación de Riesgos GLOBALG.A.P para las Prácticas Sociales (sigla en inglés, GRASP)". *GlobalG.A.P.* Accedido 20 de febrero de 2019. <https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p.-add-on/grasp/>

- . "Historía de GLOBALG.A.P." *GlobalG.A.P.* Accedido 04 de marzo de 2019.
<https://www.globalgap.org/es/who-we-are/about-us/history/>
- Grande, Ildelfonso, y Elena Abascal. *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: Esic, 2007.
- Grisanti, Luis Xavier. *El nuevo interregionalismo trasatlántico: La asociación estratégica Unión Europea - América Latina*. Editado por Mariela Marchisio. Argentina: BID-INTAL, 2004.
- INEC. "Panorama laboral y empresarial del Ecuador". *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Accedido 15 de julio de 2019.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202016_final2908.pdf.
- . "Directorio de empresas y establecimientos 2012". *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. 2012. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf.
- Kroukou, Danai. *Estrategias de entrada Mercado Chino*. Traducido por María J. Manzano. Babelcube, 2015.
- Latorre Vaca, Javier Andrés. "El desarrollo de las negociaciones en el Acuerdo Comercial Multipartes de la UE con Ecuador". Tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, Sede Ecuador, 2017.
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13557/2/TFLACSO-2017JALV.pdf>
- Lideres. "Competitividad, tema pendiente para el Ecuador". *Redacción Lideres*, 04 de octubre 2015. <https://www.revistalideres.ec/lideres/competitividad-ecuador-empresas-economia.html>
- Mayorga, José, y Clemencia Martínez. "Paúl Krugman y el nuevo comercio internacional." *Criterio libre*, 18 de marzo de 2008.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4547087.pdf>
- Mercado H., Salvador. *Comercio Internacional 1, Mercadotecnia Internacional Importación - Exportación*. cuarta. Mexico: Limusa, 2000.
- Miller, Vincent, y James Elwood. *Free trade vs protectionism*. California: International Society for Individual Liberty, 1988.
- Navarro, Melissa. "Contribuciones del modelo Heckscher-Ohlin". *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. 25 de febrero de 2013.

- <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/97-contribuciones-del-modelo-heckscher-ohlin>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. *Codex Alimentarius*. Roma: FAO y OMS, 2005.
- Ortiz Uribe, Frida. *Diccionario de metodología de la investigación científica*. Mexico: Limusa, 2004.
- Peña, Maritza. "La importancia del análisis de la trayectoria empresarial bajo dos dimensiones: posición económica y financiera en las empresas ecuatorianas". *Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador*, 26 de mayo de 2013. <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/5981/La%20importancia%20del%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20trayectoria%20empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perú Sistema de Bibliotecas Universidad Nacional Mayor de San Marcos. "Los bloques económicos y su influencia en la integración de América. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Accedido 06 de julio de 2018. <http://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/1998/primer/econ%C3%B3micos.htm>
- Romero, Sergio y Sepúlveda Sergio. *Territorio, agricultura y competitividad. Cuaderno Técnico*. nº 10. San José: IICA, 1999.
- Ruiz Olabuenaga, José Ignacio. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2012.
- Sanahuja, José. "Asimetrías económicas y concertación política en las relaciones Unión Europea-América Latina: un examen de los problemas comerciales". *Revista electrónica de estudios internacionales*, 24 de septiembre de 2018. <http://ieie.itam.mx/docs/asimetrías.pdf>
- Soto, Gabriela. *Agricultura Orgánica: una herramienta para el desarrollo rural sostenible y la reducción de la pobreza*. Turrialba: Multiprint, 2003.
- TNI y OIDHACO. "Repercusiones en Colombia del Acuerdo Comercial con la Unión Europea tras tres años de su implementación". *Transnational Institute y la Oficina Internacional de Derechos Humanos Acción Colombia*. Accedido 05 de julio de 2018. https://www.tni.org/files/publication-downloads/ue-colombia_fta.pdf

- Unión Europea. "¿Qué tamaño tiene la economía de la UE?". *Unión Europea*. Accedido 12 de noviembre de 2018. https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/economy_es
- . "Instituciones y organismos de la Unión Europea". *Unión Europea*. Accedido 23 de noviembre de 2018. https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies_es
- . "Exportaciones no tradicionales a la UE se incrementaron en 8%". *Unión Europea*. 14 de marzo de 2017. https://eeas.europa.eu/delegations/peru/22702/exportaciones-no-tradicionales-la-ue-se-incrementaron-en-8_es.
- . "Qué es la Unión Europea". *Unión Europea*. Accedido 03 de febrero de 2018 https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es
- Yance Carvajal, Carlos, Luis Solís Granda, Ivonne Burgos Villamar, y Lia Hermida Hermida. "La importancia de las PYMES en el Ecuador". *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2017. <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>

Anexos

Anexo 1

Guión para entrevista - empresas exportadoras

¿Conoce usted las ventajas que podría tener su producción-producto en el mercado europeo a propósito del acuerdo de libre comercio firmado con la Unión Europea?

¿Ha aprovechado su empresa dichas ventajas?

¿De qué manera se ha beneficiado? exportaciones? incremento en ventas? ¿contactos con potenciales compradores?, ¿expectativas de mediano o largo plazo?, o por el contrario, ¿no han existido beneficios? Explique

¿En qué mercados está vendiendo o existen posibilidades de venta?

¿Cuáles considera usted las mayores barreras para el ingreso al mercado europeo?: arancelarias, medidas para arancelarias –MNA´s-, otras (explique)

¿Qué tipo de apoyo ha recibido de las autoridades de gobierno (Ministerio de Comercio Exterior, PROECUADOR) o programas como Internacionalízate de FEDEXPOR?
Explique

¿Cuál considera su producto de exportación?

¿Cuál es la propuesta de valor/diferenciación competitiva de ese producto?

Fuente y elaboración propias

Anexo 2

Guión para entrevista - expertos

¿Cuáles serían las evidencias a la fecha para afirmar que el Acuerdo tiene un impacto positivo en las exportaciones ecuatorianas hacia Europa?

¿Cuáles son las perspectivas desde su punto de vista, para que el hecho antes mencionado se concrete?

¿Qué esfuerzos gubernamentales, empresariales, organizacionales se están implementando a la fecha para apoyar las exportaciones de PyMES hacia Europa?

¿Cuáles a su criterio serían los mayores retos por superar para que tales exportaciones se den en el corto y mediano plazos?

¿En dónde podrían estar las ventajas competitivas de las PyMES ecuatorianas en el mercado europeo?

Fuente y elaboración propias

Anexo 3
Oferta exportable - Empresa A

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	0810.90.40.00	PITAHAYA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2013	0810.90.40.00	PITAHAYA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2014	0810.90.40.00	PITAHAYA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2014	0810.90.40.00	PITAHAYA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2014	0810.90.40.00	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0810.90.40.00	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0810.90.40.00	PITAHAYA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0810.90.40.00	PITAHAYA	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2018	0810.90.40.00	PITAHAYA	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 4

Oferta exportable - Empresa B

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	0804300000	PIÑA DESHIDRATADA NATURAL	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	0804300000	PIÑA DESHIDRATADA NATURAL	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS ALTAS	SUECIA
2016	0804502000	MANGO ORGANICO DESHIDRATADO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2016	0804502010	MANGO ORGANICO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	0813400000	UVILLA DESHIDRATADA NATURAL ENTERA	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2016	0813400090	FRUTILLA DESHIDRATADA	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0813400090	NARANJILLA DESHIDRATADA	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	0813400090	NARANJILLA DESHIDRATADA	1 CIFRA BAJA	1 CIFRA BAJA	SUECIA
2016	0813400090	TOMATE DE ARBOL ESCAMAS	1 CIFRA BAJA	1 CIFRA BAJA	SUECIA
2016	0904219000	AJI DESHIDRATADO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2016	0910110000	JENGIBRE DESHIDRATADO	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0910120000	JENGIBRE DESHIDRATADO	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1008909000	QUINUA BLANCA	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2016	1008909000	AMARANTO GRANEL	1 CIFRA BAJA	3 CIFRAS MEDIAS	SUECIA
2016	1801001900	NIBS DE CACAO GRANEL	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2016	2008300000	CORTEZA CONFITADA DE NARANJA	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	2008910000	PALMITO EN FRASCOS DE VIDRIO	1 CIFRA MEDIA	1 CIFRA BAJA	SUECIA
2016	2008999000	CHIFLES DE SAL	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2016	2106901000	ZAPALLO EN POLVO	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	2106901000	NARANJA EN POLVO	1 CIFRA MEDIA	1 CIFRA ALTA	PAISES BAJOS
2016	2106901000	NARANJA EN POLVO	1 CIFRA BAJA	1 CIFRA BAJA	SUECIA
2016	2106907900	JENGIBRE CONFITADO	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJA	PAISES BAJOS
2016	2106907900	JENGIBRE CONFITADO	1 CIFRA BAJA	1 CIFRA BAJA	SUECIA
2017	0804300000	PIÑA DESHIDRATADA NATURAL	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS MEDIAS	SUECIA
2017	2008999000	CHIFLE DE SAL	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	SUECIA
2017	2106901000	CASCARA DE NARANJA CONFITADA	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	SUECIA

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 5
Oferta exportable - Empresa C

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	2008999000	FRUTAS EN CONSERVAS	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	2008910000	PALMITOS	6 CIFRAS MEDIAS	7 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2014	2008910000	PALMITOS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2014	2008910000	PALMITOS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2014	2008910000	PALMITOS	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2015	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2015	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2015	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	2008992000	FRUTAS EN CONSERVAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2016	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2016	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2016	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	2008999000	FRUTAS EN CONSERVAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2016	0811909400	PULPA DE MARACUYA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2017	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS ALTAS	ALEMANIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2017	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2017	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2018	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	2008910000	PALMITOS EN CONSERVAS	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	FRANCIA

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 6
Oferta exportable - Empresa D

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	0810904000	PITAHAYA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810904000	PITAHAYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 7

Oferta exportable - Empresa E

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	1806320000	BARRAS DE CHOCOLATE	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2016	1806320000	BARRAS DE CHOCOLATE	2 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2016	1801001900	COCOA BEANS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	BULGARIA
2017	1806310000	BARRAS DE CHOCOLATE RELLENOS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2018	1806320000	BARRAS DE CHOCOLATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2018	1806900000	CHOCOLATE	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2018	1806320000	BARRAS DE CHOCOLATE	2 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	REINO UNIDO

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 8
Oferta exportable - Empresa F

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	BELGICA
2014	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	6 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	5 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0807200000	PAPAYAS FRESCAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 9
Oferta exportable - Empresa G

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	1801001990	CACAO EN GRANO	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	1801001990	CACAO EN GRANO	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1801001990	CACAO EN GRANO	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 10
Oferta exportable - Empresa H

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	1701140000	PANELA GRANO FINO	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	IT-ITALIA
2014	1701140000	PANELA ORGANICA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	IT-ITALIA
2015	1701140000	PANELA GRANO FINO	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	IT-ITALIA
2016	1701140000	PANELA GRANO FINO	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	IT-ITALIA
2017	1701140000	PANELA GRANO FINO	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	IT-ITALIA
2018	1701140000	PANELA GRANULADA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	FR-FRANCIA
2018	1701140000	PANELA ORGANICA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	IT-ITALIA

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 11
Oferta exportable - Empresa I

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2013	0804502000	MANGOS	4 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2013	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2014	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2014	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	IRLANDA
2014	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2015	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2015	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	0804400000	AGUACATE	3 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0804502010	CAJAS DE MANGO 6KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	0804502010	CAJAS DE MANGO 6KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2016	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2016	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2018	0709200000	CAJAS DE ESPARRAGOS PIRAMIDAL	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	0709200000	ESPARRAGOS CAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810901010	CAJAS DE GRANADILLA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 12
Oferta exportable - Empresa J

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	0901119010	CAFÉ VERDE	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2017	0901119010	CAFÉ VERDE	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	REINO UNIDO
2018	0901119010	CAFÉ VERDE	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 13
Oferta exportable - Empresa K

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2014	2103909000	SALSA PICANTE: SABOR TAMARINDO, GENGIBRE, PIMIENTA Y MARACUYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2016	2103909000	SALSA PICANTE: CHIPOTLE, JALAPEÑO, HABANERO, GENGIBRE, TAMARINDO, MARACUYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	SUECIA
2017	2007999100	JALEAS: CORAZON DE PALMA, NARANJILLA, MANGO, GUAVA, BAYAS	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2017	2103909000	SALSA PICANTE: CHIPOTLE, JALAPEÑO, HABANERO, GENGIBRE, TAMARINDO, MARACUYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	SUECIA

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 14

Oferta exportable - Empresa L

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	0713339100	FREJOL NEGRO FUNDA DE 500 GR	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	0713339900	FREJOL ALEGRE FUNDA DE 500 GR	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2013	0713409000	LENTEJA PUSHA DEL ECUADOR	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	0713909000	FREJOL PANAMITO EN SACOS DE 25 KG	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1003900090	CEBADA ENTERA SACOS DE 25 KILOS	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2013	1005909000	MAIZ MOROCHILLO EN SACOS DE 25 KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1006400000	ARROZ FLOR DEL ECUADOR SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1006400000	ARROZ INTEGRAL DEL ECUADOR SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1006400000	ARROZ INDICO	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1008909000	QUINUA DEL ECUADOR EN SACOS DE 25 KILOS	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1104291000	CEBADA PERLADA SACOS DE 25KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1104299000	CEBADA ENTERA SACOS DE 25 KILOS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1701140000	PANELA GRANULADA ORGANICA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1701140000	PANELA GRANULADA	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2014	1006109000	ARROZ INDICO A GRANEL EN SACOS DE 25 KILOS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	1006400000	ARROZ INTEGRAL Y FLOR DEL ECUADOR	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2014	1003900090	CEBADA ENTERA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	1003900010	CEBADA ENTERA SACOS DE 25KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	1104291000	CEBADA PERLADA	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	1003900010	CEBADA PERLADA DEL ECUADOR	4 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2014	0713339900	FREJOL ALEGRE	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	0713339900	FREJOL BAYO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	0713339900	FREJOL PANAMITO DEL ECUADOR	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	0713409000	LENTEJA PUSHA DEL ECUADOR	4 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2014	1104230000	MOROCHILLO	5 CIFRAS	4 CIFRAS	ITALIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
			BAJAS	ALTAS	
2014	1701140000	PANELA GRANULADA	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	1701140000	PANELA GRANULADA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2014	1701140000	PANELA GRANULADA FUNDA DE 5KG	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2015	1008902000	AMARANTO	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2015	1006300000	ARROZ FLOR SACOS 25KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1006109000	ARROZ INDIO A GRANEL	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1006300000	ARROZ SACOS DE 25 KILOS	4 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2015	0901900000	CAFE DE QUINUA	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2015	1003900090	CEBADA ENTERA SACOS DE 25 KILOS	5 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2015	1104291000	CEBADA PERLADA SACOS DE 25 KILOS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	0713339900	FREJOL ALEGRE SACOS 25KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	0713339900	FREJOL BAYO FUNDAS 500GR	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	0713339100	FREJOL NEGRO	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2015	2106907100	GRANOLA	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	0713409000	LENTEJA PUSHA	4 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1005902000	MAIZ CHULPI	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2015	1005909000	MOROCHILLO ENTERO SACOS 25KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1008902000	PALOMITAS DE AMARANTO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1701140000	PANELA GRANULADA	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1701140000	PANELA GRANULADA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2015	1008509000	QUINUA SNACKS	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2016	1006300000	ARROZ FLOR SACOS 25KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	1006200000	ARROZ INTEGRAL EN SACOS DE 25KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	1003900090	CEBADA ENTERA SACOS DE 25KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	1003900090	CEBADA ENTERA SACOS DE 25KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	1104291000	CEBADA PERLADA SACOS 25KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	0713339900	FREJOL ALEGRE EN	4 CIFRAS	5 CIFRAS	ITALIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
		FUNDAS DE 500GR	MEDIAS	BAJAS	
2016	0713339100	FREJOL NEGRO EN FUNDAS DE 500GR	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	0713339900	FREJOL PANAMITO EN SACOS DE 25KG	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	0713409000	LENTEJA PUSHA EN SACOS DE 25KG	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	1005909000	MOROCHILLO ENTERO SACOS 25KG	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2016	1701140000	PANELA GRANULADA ORGANICA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	1008509000	QUINOA EN SACOS DE 25KG	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	0713409000	LENTEJA EN SACOS DE 25 KG C/U	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2017	0713339100	FREJOL NEGRO EN SACOS DE 25 KG C/U	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	0713339900	FREJOL ALEGRE EN SACOS DE 45.45 KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	0713339900	FREJOL BAYO FUNDAS DE 500 GR	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	1003900090	CEBADA EN SACOS DE 25 KG C/U	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	1005901100	MAIZ AMARILLO EN SACOS DE 25 KG C/U	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2017	1005909000	MOROCHILLO ENTERO EN SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2017	1006300000	ARROZ INTEGRAL EN SACOS DE 25KG C/U	3 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2017	1006300000	ARROZ FLOR EN SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	1008509010	QUINOA EN SACOS DE 25 KG C/U	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	1104291000	CEBADA PERLADA EN SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2017	1701140000	PANELA GRANULADA ORGANICA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	1006300000	ARROZ INTEGRAL	3 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2018	1008509010	QUINUA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	1701140000	PANELA GRANULADA ORGANICA	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	0713339100	FREJOL NEGRO	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2018	1003900090	CEBADA ENTERA	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2018	1005909000	MOROCHILLO ENTERO EN SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	ITALIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2018	1006300000	ARROZ FLOR	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2018	1104291000	CEBADA PERLADA EN SACOS DE 25 KG	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2018	1106309000	ARROZ FLOR- HARINA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ITALIA

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 15
Oferta exportable - Empresa M

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2015	0811200000	PULPA DE MORA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909100	MANGO	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	0811909600	PAPAYA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	COCO	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	PULPA DE NARANJILLA	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	PULPA DE PIÑA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	PULPA DE FRUTILLA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	MANDARINA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	GUANABANA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	FRUTILLA	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	PULPA DE TOMATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	TAXO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	PULPA DE MARACUYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	PULPA DE GUANABANA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0811909900	GUAYABA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0811909900	PULPA DE TOMATE DE ARBOL	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0811200000	PULPA DE MORA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0811909100	PULPA DE MANGO	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	0811909400	PULPA DE MARACUYA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0811909500	PULPA DE MAMEY	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0811909600	PULPA DE PAPAYA	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0811909900	PULPA DE PIÑA	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0811909900	PULPA TAXO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0811909900	PULPA DE GUANABANA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0811909900	PULPA DE NARANJILLA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 16
Oferta exportable - Empresa N

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2015	0901211000	CAFÉ EN GRANO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	0901212000	CAFÉ MOLIDO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2015	1806320000	CHOCOLATE EN BLOQUE, TABLETA O BARRAS, SIN RELLENO	4 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	1008509000	DISPLAY QUINUA 50 GR	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2015	1806900000	CHOCOLATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	1806900000	DISPLAY CHOCOLATE - MUESTRAS DIFERENTE GRAMAJE	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2015	2008119000	DISPLAY MANI 50 GR	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2016	0901211000	CAFÉ EN GRANO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1806320000	CHOCOLATE EN BLOQUE, TABLETA O BARRAS, SIN RELLENO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	1806900000	PEPAS DE CACAO	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0901211000	CAFE EN GRANO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	1806310000	BARRAS DE CHOCOLATE RELLENAS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2017	1806320000	CHOCOLATE EN BLOQUE, TABLETA O BARRAS, SIN RELLENO	3 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	1806320000	CHOCOLATE EN BLOQUE, TABLETA O BARRAS, SIN RELLENO	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	1806900000	CHOCOLATE	3 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0901211000	CAFÉ EN GRANO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2018	1806320000	BARRA DE CHOCOLATE DIFERENTES SABORES	3 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2018	1806320000	BARRA DE CHOCOLATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	1806320000	BARRAS Y CHIPS DE CHOCOLATE	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1806900000	CHIPS, NIBS, PEPAS DE CHOCOLATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 17
Oferta exportable - Empresa O

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	1805000000	POLVO DE CACAO ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	1801002000	GRANOS DE CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1804002000	MANTECA DE CACAO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1804001200	MANTECA DE CACAO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1801001990	NIBS DE CACAO DISTINTOS ORIGENES	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1803100000	PASTA DE CACAO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	1805000000	CACAO EN POLVO	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 18
Oferta exportable - Empresa P

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	0810901020	MARACUYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	0810904000	PITAHAYA	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2018	0810901020	MARACUYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810904000	PITAHAYA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0803901200	BANANO BOCADILLO	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	0803901200	BANANO BOCADILLO	6 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	ITALIA

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 19
Oferta exportable - Empresa Q

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	0804502000	MANGO	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2013	0804502000	MANGO	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	0804502000	CAJAS DE MANGO	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	0804502000	CAJAS DE MANGO	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2015	0804502000	CAJAS DE MANGO FRESCO	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2015	0804502000	CAJAS DE MANGO FRESCO	4 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	FR-FRANCIA
2015	0804502000	CAJAS DE MANGO FRESCO	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0804502010	CAJAS DE MANGOS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	0804502010	CAJAS DE MANGOS	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2016	0804502010	CAJAS DE MANGOS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2017	0804502010	MANGOS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0709200000	ESPARRAGOS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0804400000	AGUACATE	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0709200000	ESPARRAGOS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0804502010	MANGOS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0804400000	AGUACATE	3 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2018	0709200000	CAJA DE ESPARRAGOS	5 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2018	0804300000	CAJA DE PIÑAS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2018	0804400000	CAJA DE AGUACATE	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	0709200000	CAJA DE ESPARRAGOS	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2018	0810904000	CAJAS DE PITAHAYA	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENA

Elaboración: propia

Anexo 20
Oferta exportable - Empresa R

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	BE-BELGICA
2013	2008999000	CHIPS VARIOS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2013	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2014	2008999000	CHIPS VARIOS	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2015	2008999000	CAJAS DE CHIFLES DE DULCE ORGANICO	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2015	2008999000	CHIPS VARIOS	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2015	2008999000	CHIPS VARIOS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	IT-ITALIA
2016	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	BE-BELGICA
2016	2008999000	CAJAS DE ARRACACHA MANIOC ORGANICA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	BE-BELGICA
2016	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2016	2008999000	CAJAS DE ARRACACHA MANIOC ORGANICA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2016	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS ALTAS	IT-ITALIA
2016	2008999000	CAJAS DE YUCA DE SAL	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	IT-ITALIA
2016	2008999000	CAJAS DE YUCA DE SAL	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	NL-PAISES BAJOS
2016	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	NL-PAISES BAJOS
2017	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	BE-BELGICA
2017	2008999000	CAJAS DE ARRACACHA MANIOC ORGANICA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	BE-BELGICA
2017	2008999000	CHIFLES ORGANICOS VARIOS	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2017	2008999000	CAJAS DE ARRACACHA MANIOC ORGANICA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA
2018	2008999000	CAJAS DE ARRACACHA MANIOC ORGANICA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	BE-BELGICA
2018	2008999000	CAJAS DE CHIFLES	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	BE-BELGICA
2018	2008999000	CAJA CHIPS BANANO ORGANICO CON SAL	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	DE-ALEMANIA
2018	2008999000	CAJA CHIPS YUCA ORGANICA CON SAL	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	DE-ALEMANIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2018	2008999000	CHIFLE DE DULCE O DE SAL	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	ES-ESPAÑA
2018	2008999000	CAJA CHIPS YUCA ORGANICA CON SAL	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ES-ESPAÑA
2018	2008999000	CHIPS VARIOS	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FR-FRANCIA

Fuente: SENAE

Elaboración: propia

Anexo 21
Oferta exportable - Empresa S

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	0707000000	KIWANO	3 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0810901010	GRANADILLA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0810903000	TAMARILLO BIG BOX	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	1801001990	CACAO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2016	0810909020	LULO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0810901020	PURPLE PASSION	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	0810909020	PHYSALIS (uvilla)	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0810904000	YELLOW PITAHAYA BIG BOX	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2016	0707000000	PEPINO BIG BOX	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0810904000	RED PITAHAYA BIG BOX	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2016	0810902000	GUANABANA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2016	0810901020	YELLOW PASSION	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2016	0810904000	YELLOW PITAHAYA BIG BOX	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2016	1801001990	CACAO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2016	0810901010	GRANADILLA BIG BOX	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2016	0810903000	TAMARILLO BIG BOX	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2016	0810901020	PURPLE PASSION	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2016	0810902000	GUANABANA	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2016	0813400010	UVILLA	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2016	0810902000	CHIRIMOYA	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2016	0810902000	GUANABANA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0810901020	YELLOW PASSION FRUIT	3 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0810901020	PURPLE PASSION	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	0813400010	UVILLA	3 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0810902000	KIWANO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	0810903000	TAMARILLO BIG BOX	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	0707000000	PEPINO BIG BOX	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	0810901010	GRANADILLA BIG BOX	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1801001990	CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	0810904000	YELLOW PITAHAYA BIG BOX	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0810901020	MARACUYA BOX	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0810904000	YELLOW PITAHAYA X 2.5KG	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0810904000	RED PITAHAYA X 3KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	0810901010	GRANADILLA X2KG	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ESPAÑA
2017	0707000000	MANGOSTINO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2017	2005600000	MUESTRAS DE ESPARRAGOS	2 CIFRAS BAJAS	1 CIFRA BAJA	FRANCIA
2017	0810901010	GRANADILLA X 2KG	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0810903000	TAMARILLO X 2.5 KG	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0810904000	YELLOW PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0810904000	RED PITAHAYA BIG BOX	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0813400010	UVILLA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0707000000	PEPINO MELON X 3KG	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2017	0810901020	YELLOW PASSION X 2.5KG	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2017	1801001990	CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	2007999210	BABY BANANA RACIMOS	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0810901020	PURPLE PASSION FRUIT	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2017	0810902000	GUANABANA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2017	0810901020	MARACUYA X 2.5KG	2 CIFRAS BAJAS	2 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2017	0810904000	YELLOW PITAHAYA BIG BOX	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	0810901010	GRANADILLA BIG BOX	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0810902000	GUANABANA X 2.5KG	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0810903000	TAMARILLO BIG BOX	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0707000000	PEPINO MELON X 3.0 KG	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1801001990	CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0810904000	RED PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	0813400010	UVILLA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0810901020	PURPLE PASSION	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0810901020	YELLOW PASSION FRUIT	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0810902000	KIWANO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810901020	MARACUYA	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2018	0810904000	PITAHAYA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2018	0803901200	BABY BANANA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2018	0810903000	TAMARILLO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	0810904000	PITAHAYA	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	2007999210	BABY BANANA PUNNETS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	0810904000	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2018	1106301000	BABY BANANA	5 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2018	0707000000	PEPINO	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810901010	GRANADILLA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810901020	MARACUYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810903000	TAMARILLO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	0810904000	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1802000000	CACAO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 22
Oferta exportable - Empresa T

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2013	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	1806310000	CHOCOLATE RELLENO VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	0813400000	ORGANIC PHYSALIS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	1803100000	RAW CACAO PASTE	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2013	1801001100	CACAO EN GRANOS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	1802000000	ORGANIC CACAO NIBS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2013	1804002000	MANTECA DE CACAO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2013	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	2 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	ESPAÑA
2013	1802000000	ORGANIC CACAO NIBS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2013	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2013	1805000000	CACAO EN POLVO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2013	1802000000	CASCARA DE CACAO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2013	1804002000	MANTECA DE CACAO	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS ALTAS	REINO UNIDO
2013	1803100000	LICOR DE CACAO ORG RAW KIBLETS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	REINO UNIDO
2013	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2013	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2013	1806201000	BEBIDA DE POLVO DE CACAO ORGANICO VARIOS SABORES	1 CIFRA BAJA	3 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1806310000	CHOCOLATE RELLENO VARIOS SABORES	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	ITALIA
2013	1804002000	MANTECA DE CACAO	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1803100000	MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL ORG.	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	ITALIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
		KIBLETS RAW,			
2013	1802000000	MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL ORGANIC CACAO NIBS RAW	1 CIFRA BAJA	1 CIFRA ALTA	ITALIA
2013	0813400000	MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL UVILLA DESHIDRATADA	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2013	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2013	1801001100	CACAO EN GRANOS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2013	1805000000	CACAO EN POLVO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2013	1803100000	PASTA DE CACAO	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2013	1804002000	MANTECA DE CACAO	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2013	1806310000	CHOCOLATE RELLENO VARIOS SABORES	3 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2013	0901212000	ORG COFFE ROASTED BEANS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2013	1802000000	ORGANIC CACAO NIBS Y CASCARA	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2013	0813400000	ORGANIC PHYSALIS	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2013	1106201000	ORG MACA 200 GR	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2013	1806201000	BEBIDA DE POLVO DE CACAO ORGANICO VARIOS SABORES	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2013	1701140000	ORG. PANELA	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2014	1806310000	CHOCOLATE RELLENO VARIOS SABORES	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	ALEMANIA
2014	1803100000	ORGANIC RAW CACAO PASTE 1 LB	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2014	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS ALTAS	ALEMANIA
2014	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	2 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	ES-ESPAÑA
2014	1806201000	BEBIDA DE CACAO ORGANICO VARIOS SABORES	1 CIFRA MEDIA	3 CIFRAS BAJAS	ES-ESPAÑA
2014	1806310000	CHOCOLATE RELLENO VARIOS SABORES	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ES-ESPAÑA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2014	1804002000	MANTECA DE CACAO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	FINLANDIA
2014	1802000000	ORGANIC RAW CACAO NIBS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2014	1802000000	ORGANIC RAW CACAO NIBS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	FINLANDIA
2014	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2014	1804002000	MANTECA DE CACAO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2014	1701140000	ORGANIC RAW SUGAR	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2014	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2014	1802000000	ORGANIC RAW NIBS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2014	0813400000	ORGANIC PHYSALIS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2014	1801001100	CACO ORGANICO EN GRANO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2014	1802000000	CHOCOLATE ORGANICO CRUDO EN CASACAR	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	REINO UNIDO
2014	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2014	1804002000	CHOCOLATE ORGANICO CRUDO MANTEQUILLA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	REINO UNIDO
2014	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	2 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	ITALIA
2014	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	ITALIA
2014	0910999000	POLVO ISHPINGO	1 CIFRA BAJA	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1806310000	CHOCOLATE RELLENO VARIOS SABORES	3 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1806201000	BEBIDA DE CACAO ORGANICO VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1801001100	CACO ORGANICO EN GRANO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2014	1701130000	AZUCAR DE COCO	2 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2014	0813400000	PHYSALIS ORGANICO	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2014	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1802000000	VIRUTAS CACAO ORGANICO	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2014	1803100000	PASTA DE CACAO ORGANICO	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2014	1804002000	MANTEQUILLA DE CACAO ORGANICO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2014	1701999000	ORG COCONUT SUGAR	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2014	1701140000	AZUCAR MORENA	3 CIFRAS ALTAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	1801001100	ORGANIC RAW CACAI BEANS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	ALEMANIA
2015	1802000000	RAW CACAO NIBS	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2015	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS ALTAS	ALEMANIA
2015	1806900000	COBERTURA DE CHOCOLATE	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	FINLANDIA
2015	1802000000	ORG RAW CACAO NIBS 15 KG	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2015	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2015	1801001100	ORG. RAW CACAO BEANS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2015	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2015	1701140000	ORGANIC RAW SUGAR	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2015	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2015	1806900000	COBERTURA DE CHOCOLATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2015	1806310000	CHOCOLATE CUBIERTO VARIOS SABORES	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2015	1806900000	BARRA DE CHOCOLATE ORGANICA VARIOS SABORES	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2015	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	1802000000	PEPAS DE CACAO ORGANICOS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	1806201000	BEBIDA DE POLVO DE CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2015	1801001100	PEPA DE CACAO ORGANICO	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	1803100000	PASTA DE CACAO 30KG	5 CIFRAS MEDIAS	6 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2015	1801002000	ORG RAW CACAO NIBS	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2015	1701140000	CHOCOLATE CON AZUCAR	3 CIFRAS MEDIAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2015	1804002000	MANTECA DE CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2015	1701999000	AZUCAR DE COCO ORGANICO	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2015	0813400000	PHYSALIS ORGANICOS	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	1806900000	BARRA CHOCOLATE ORGANICA VARIOS SABORES	5 CIFRAS MEDIAS	7 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1806310000	BARRA DE CHOCOLATE ORGANICO VARIOS SABORES	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1804002000	MANTECA DE CACAO	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	1806900000	BARRA DE CHOCOLATE ORGANICA VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	DINAMARCA
2016	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	REINO UNIDO
2016	1806900000	BARRA DE CHOCOLATE VARIOS SABORES	3 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	POLONIA
2016	1802000000	PEPAS DE CACAO ORGANICO 1 LB	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	1806201000	BEBIDA DE CACAO NATURAL	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	1804002000	MANTECA DE CACAO ORGANICA	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2016	1806201000	BEBIDA DE CACAO ORGANICO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	POLONIA
2016	1801002000	PEPAS DE CACAO ORGANICO	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2016	1701140000	AZUCAR DE COCO	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2016	1806310000	BARRA DE CHOCOLATE ORGANICO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	POLONIA
2016	1803100000	PASTA DE CACAO	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2016	1806201000	BEBIDA DE CACAO NATURAL	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2016	1806900000	CHOCOLATE VARIOS SABORES	4 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2016	1701999000	MIX BOX ORG COCONUT SUGAR 200 GR	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2016	1802000000	NIBS DE CACAO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2016	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	FINLANDIA
2016	0813400090	PHYSALIS 200 GR	2 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1806320000	BARRA DE CHOCOLATE ORGANICA VARIOS SABORES	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2016	1804002000	MANTECA DE CACAO ORGANICA	3 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS BAJAS	FINLANDIA
2017	1806900000	CHOCOLATE BAR 60 YUCA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2017	1806900000	BARRA DE CHOCOLATE	5 CIFRAS ALTAS	6 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1806310000	CHOCOLATE ORGANICO VARIOS SABORES	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	1701999090	AZUCAR DE COCO	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1803100000	PASTE DE CACAO ORGANICO	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	1804002000	MANTECA DE CACAO ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1806201000	MIX BOX DE CHOCOLATE, BEBIDA DE CACAO	2 CIFRAS ALTAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1801002000	PEPAS DE CACAO	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2017	0813400010	ORGANIC PHYSALLIS 200 GR	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	0813400090	PHYSALIS 1LB	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2017	1701140000	AZUCAR DE CAÑA ORGANICA	3 CIFRAS BAJAS	3 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2017	1806900000	BARRA DE CHOCOLATE VARIOS SABORES	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	SUECIA

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2017	1701999010	AZUCAR DE COCO ORGANICA	1 CIFRA MEDIA	2 CIFRAS BAJAS	SUECIA
2018	1806310000	BARRAS CHOCOLATE ORGANICO	2 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	ALEMANIA
2018	1806900000	CHOCOLATE ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	ALEMANIA
2018	1806900000	COBERTURA DE CHOCOLATE	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	1806310000	BARRAS CHOCOLATE ORGANICO	2 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2018	1806900000	CHOCOLATE ORGANICO	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	REINO UNIDO
2018	1801002000	CHOCOLATE ORGANICO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2018	1803100000	CHOCOLATE ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1804002000	MANTECA DE CACAO ORGANICA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1805000000	CACAO EN POLVO ORGANICO	4 CIFRAS MEDIAS	5 CIFRAS MEDIAS	PAISES BAJOS
2018	1806201000	BEBIDA DE POLVO DE CACAO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1806310000	BARRAS CHOCOLATE ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	PAISES BAJOS
2018	1806900000	CHOCOLATE ORGANICO	5 CIFRAS BAJAS	6 CIFRAS BAJAS	PAISES BAJOS
2018	1806900000	CHOCOLATE ORGANICO	3 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS MEDIAS	SUECIA

Fuente: SENA E

Elaboración: propia

Anexo 23

Oferta exportable - Empresa U

Año	Subpartida	Producto exportado	Volumen (KG)	Valor FOB	País de destino
2015	0810904000	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	4 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2016	0810904000	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2016	0804502010	MANGO	2 CIFRAS BAJAS	1 CIFRA BAJA	FRANCIA
2017	0810904000	PITAHAYA	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS ALTAS	FRANCIA
2017	0804502010	MANGOS	4 CIFRAS ALTAS	5 CIFRAS MEDIAS	FRANCIA
2017	0810904000	PITAHAYA	2 CIFRAS MEDIAS	1 CIFRA BAJA	PAISES BAJOS
2018	0810904000	PITAHAYA	3 CIFRAS MEDIAS	4 CIFRAS MEDIAS	ESPAÑA
2018	0810901010	GRANADILLA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA
2018	0810904000	PITAHAYA	4 CIFRAS BAJAS	5 CIFRAS BAJAS	FRANCIA

Fuente: SENA E

Elaboración: propia