

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TÍTULO:

Análisis de la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su
incidencia en el plan estratégico exportador

AUTOR:

Rommel Gabriel Mosquera Mendoza

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TUTOR:

ING. FÉLIX MIGUEL CARRERA BURI, MSG

Guayaquil, 25 del mes de agosto del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

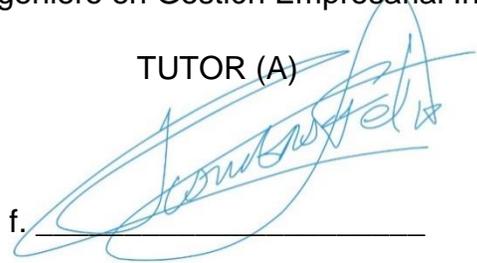
EMPRESARIALES

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Rommel Gabriel Mosquera Mendoza**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR (A)

f. 

Ing. Félix Miguel, Carrera Buri, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. 

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs.

Guayaquil, a los 25 del mes de agosto del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Rommel Gabriel Mosquera Mendoza**

Declaro que:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su incidencia en el plan estratégico exportador**, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 25 del mes de agosto del año 2021

AUTOR

f. Rommel Mosquera

Rommel Gabriel Mosquera Mendoza



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

AUTORIZACIÓN

Yo, **Rommel Gabriel Mosquera Mendoza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Análisis de la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su incidencia en el plan Estratégico exportador, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 del mes de agosto del año 2021

AUTOR

f. Rommel Mosquera

Rommel Gabriel Mosquera Mendoza



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

REPORTE URKUND

The screenshot shows the URKUND report interface. The document is titled "Rommel Gabriel Mosquera Mendoza TESIS.docx (D111948653)". It was presented on 2021-09-01 at 18:06 (-05:00) by rommelmosquera1998@hotmail.com. The recipient is felix.carrera01.ucsg@analysis.urkund.com. The message includes a link to "Mostrar el mensaje completo" and a summary: "1% de estas 57 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes." The sources list includes:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	https://www.transparencia.gob
	1564471419_524__economialnt
	Productos+mas+importados+en
	proyecto.docx
	Impacto del COVID-19 en las exp
	http://www.gobiernodecanarias

Ing. Félix Miguel Carrera Buri

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por guiarme con mucha paciencia y amor y con eso lograr que en esta etapa de mi vida que finalizo la carrera universitaria. A mis guías principales y que han sido mi fuerza siempre que son mis pares gracias por haberme brindado todo su apoyo incondicional motivando a no rendirme nunca y culminar mi formación académica.

Gracias a la Universidad y a los profesores que me han tocado a lo largo de estos años de estudio, personas que han dado de todo para que podamos llegar lejos. A mi tutor de tesis, Félix Carrera, quien con su paciencia y mucha motivación supo orientarme durante este proceso, un privilegio contar su guía y ayuda

Gracias a mis amigos, tanto del Colegio que siempre han estado ahí para dar una ayuda y como olvidar a mis amigas de la U, que siempre me han dado su apoyo y creyeron en que con la bendición de Dios finalizara la tesis.

Mosquera Mendoza, Rommel

Dedicatoria

Dedico este proyecto a mis padres por se los principales no solo promotores de mis sueños si no por se esa fuerza, cariño y amor, por la confianza que me han brindado y creer en mí, por haberme instruido y forjado como la persona que soy en la actualidad, los mejores del mundo que siempre han tenido mucha paciencia conmigo y eso lo aprecio y lo amo de muchos corazón además muchos de mis logros se los debo a ustedes :Rommel Mosquera y Angela María , entre esos logros conseguidos gracias a ustedes incluyendo este.

Sin dejar a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelos que siempre me han obsequiado un consejo como mi abuelo Julio Mendoza o mi abuelita Pastora, pero sobre todo a esa persona que se que me cuida desde el cielo, abuelita Margoth gracias por todo, por estar ahí para mi desde que era pequeño le agradezco mucho.

Mosquera Mendoza, Rommel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. Gabriela Hurtado

ING. GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS, MGS
DIRECTOR DE CARRERA



f. _____

EC. CÉSAR ENRIQUE FREIRE QUINTERO PHD.
COORDINADOR DE ÁREA

f. Wendy Arias

ING. WENDY VANESSA ARIAS ARANA MGS.
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

CALIFICACIÓN

Mosquera Mendoza Rommel

Índice

Lista de tablas	xi
Lista de Gráficos	xiii
Resumen	xiv
Abstract	xv
Formulación del problema	2
Justificación	4
Objetivo general y específicos	6
Preguntas de investigación y/o hipótesis	6
Limitaciones y delimitaciones	7
Capítulo 1: Marco Teórico	8
1.1 Marco teórico	8
Marco conceptual	23
Marco referencial	24
Marco legal	28
Identificación de variables y relación de variables	30
Capítulo 2. Metodología	31
Diseño de investigación	31
Tipo de investigación	32
Alcance	32
Población	33
Muestra	33
Técnica de recogida de datos	33
Análisis de datos	33
Capítulo 3. Resultados	34
Análisis de resultados	34
Hallazgos	69
Conclusiones	73
Recomendaciones	75
Referencias	76

Lista de tablas

Tabla 1 Importaciones Unión Europea 2019.....	38
Tabla 2 Importaciones Unión Europea 2020.....	40
Tabla 3 Importaciones Unión Europea 2019 desde América Latina	41
Tabla 4 Importaciones Unión Europea 2020 desde América Latina	42
Tabla 5 Importaciones del mercado europeo desde Ecuador 2020.....	43
Tabla 6 Importaciones Unión Europea 2019 desde Ecuador.....	44
Tabla 7 Importaciones Unión Europea 2020 desde Ecuador Latina	45
Tabla 8 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías 2020	46
Tabla 9 Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos 2020.....	47
Tabla 10 Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos 2020	47
Tabla 11 Cacao y sus preparaciones.....	48
Tabla 12 Comparación entre exportaciones al mundo y a Europa Ecuador 2020	48
Tabla 13 Indicadores VIII Macro rueda de negocios 2019.....	49
Tabla 14 Participación de EPS en actividades de promoción 2019.....	51
Tabla 14 Indicadores de cumplimiento de Oficinas Comerciales en el Exterior 2019.....	56
Tabla 16 Fichas Técnicas actualizadas	57
Tabla 15 Importaciones de Alemania desde Ecuador 2020.....	57
Tabla 16 Importaciones de Francia desde Ecuador 2020.....	58
Tabla 17 Importaciones de Países Bajos desde Ecuador 2020.....	60
Tabla 18 Importaciones de Reino Unido desde Ecuador 2020	61
Tabla 19 Importaciones de Suiza desde Ecuador 2020.....	63
Tabla 20 Importaciones de España desde Ecuador 2020	64
Tabla 21 Variación de importaciones 2020.....	65

Tabla 24 Plan estratégico PRO ECUADOR Macro ruedas de negocios.....	66
Tabla 25 Exportaciones de Ecuador a Europa como gestión de las oficinas comerciales.....	67
Tabla 26 Modelo de incidencias.....	67

Lista de Gráficos

Gráfico 1 Sectores potenciales de Europa.....	36
Gráfico 2 Estrategias de promoción de las oficinas comerciales en el exterior.	54
Gráfico 3 Modelo de incidencias por número de empresas exportadoras	68

Resumen

El mercado europeo para las exportaciones de productos ecuatoriano es uno de los más importantes para el país, considerando cerca del 30% de total de las exportaciones y el acuerdo comercial que se firmó a partir del año 2017 con la Unión Europea (27), debido a esto el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca fomenta actividades de promoción de los productos ecuatorianos a diferentes países y bloques comerciales del mundo, a través de PRO ECUADOR, el organismo direccionado para estas actividades del cual dependen las Oficinas Comerciales del Exterior, que generan acciones de acercamiento a posibles compradores con las empresas ecuatorianas para afianzas las ventas a las distintas regiones. Este proyecto tuvo como objetivo evaluar la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su incidencia en el plan estratégico exportador del Ecuador, mediante el análisis estadístico y documental para poder identificar lineamientos y rutas de trabajo del sector exportador durante los años 2019 y 2020, se realizó un análisis documental de fuentes como PRO ECUADOR, Trade MAP y el MPCEIP, donde evidenció un crecimiento del 5,34% en la exportaciones hacia Europa, desde el 2020, para una meta de 4% establecida por el Ministerio, también se analizaron las estrategias que se realizan para lograr la promoción de los productos.

Palabras clave: Exportaciones, Europa, Oficinas Comerciales del Exterior, PRO ECUADOR, Gestión comercial.

Abstract

The European market for exports of Ecuadorian products is one of the most important for the country, considering about 30% of total exports and the trade agreement that was signed as of 2017 with the European Union (27), due to this, the Ministry of Production, Foreign Trade, Investments and Fisheries promotes activities to promote Ecuadorian products to different countries and commercial blocks of the world, through PRO ECUADOR, the agency directed for these activities on which the Foreign Trade Offices depend. , which generate actions to approach potential buyers with Ecuadorian companies to secure sales to the different regions. This project aimed to evaluate the management of Ecuadorian commercial offices in Europe and its impact on Ecuador's strategic export plan, through statistical and documentary analysis to be able to identify guidelines and work routes of the export sector during the years 2019 and 2020, A documentary analysis of sources such as PRO ECUADOR, Trade MAP and the MPCEIP was carried out, where it showed a 5.34% growth in exports to Europe, since 2020, for a goal of 4% established by the Ministry, they were also analyzed the strategies that are carried out to achieve the promotion of the products.

Keywords: Exports, Europe, Foreign Trade Offices, PRO ECUADOR, Commercial management.

Introducción

Formulación del problema

Antecedentes

Ecuador es un país agricultor que ha expandido su producción hacia la exportación de sus productos, y en los últimos años ha alcanzado grandes especialmente con la exportaciones de camarón, una industria en alto auge y crecimiento, según la Dirección de Estudios Económicos y Comerciales del Ecuador, en el informe del año 2020 indicó un superávit de \$1.965 millones y la balanza no petrolera alcanzó valores de \$473 millones, donde los principales mercados fueron La Unión Europea, Estados Unidos y Rusia, y las exportaciones de camarón tuvieron un mayor crecimiento (22% en comparación con el año anterior)

Desde el año 1996 Ecuador tomó la responsabilidad de dar a conocer sus productos en el exterior y fomentar una política de exportaciones, mediante la adherencia de la Organización de Comercio y la promulgación de la Ley de Comercio Exterior e inversión, además se crearon el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, lo que preparaba al país hacia la competencia de las exportaciones (Tonon, 2010) y se empezaron a tener grandes logros para el Ecuador y su posicionamiento en el exterior.

Para el año 2009, Ecuador cambia su política de promoción de exportaciones hacia el manejo estatal de esta competencia, formando PRO ECUADOR, un organismo orientado a la ejecución de las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para lograr le posicionamiento estratégico de los productos tradicionales y no tradicionales en el contexto de otros países de la región y de Europa, con 27 oficinas a nivel mundial.

Contextualización del problema

El principal rubro de exportaciones del país es el petróleo, que representan el 46% en este rubro, además del crecimiento de sectores como el camarón, atún y otros donde el país es uno de los principales exportadores del mundo como el caso del banano y el cacao, además en los últimos años se intenta posicionar otros productos como el caso de las flores, café, maíz, madera, entre otros hasta completar 77 productos representativos y cerca de 110 a menor escala. Uno de los principales mercados a los que el Ecuador exporta es Estados Unidos con el 32% y La Unión Europea con el 17% de los productos. Según este contexto, otro concepto al que considerar es el tema de la Balanza Comercial, es decir que las Exportaciones estén a la par de las importaciones, o mantener las importaciones por debajo de las exportaciones, sin embargo, con la caída del precio del petróleo esta balanza puede llegar a ser negativa, repercutiendo en el presupuesto del estado y en su desarrollo.

Como respuesta del Estado Ecuatoriano para lograr estabilizar la balanza comercial y acceder a nuevos mercados en el 2015 entró en vigencia un acuerdo comercial con La Unión Europea, para poder entrar en mercado con altas barreras proteccionistas, y que los productos del país puedan ser comercializados en ellos. PRO ECUADOR, a través de las oficinas Comerciales en el mundo es el llamado a brindar las estrategias para lograr ubicar los productos ecuatorianos en el exterior, y por lo cual el país plantea metas y lineamientos, debido a la importancia de las exportaciones no petroleras se están convirtiendo en una necesidad y en un bastón de la economía del país que goza de un enorme potencial.

En este proyecto se va a evaluar la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su incidencia en el plan estratégico exportador, considerando que están ubicadas en 8 países, entre los que se encuentran: Alemania, España, Francia, grandes economías para los productos ecuatorianos.

Justificación

El mercado internacional representa claramente una de las alternativas para el ingreso de divisas y el crecimiento del país, además que las empresas exportadoras generan fuentes de trabajo, lo que también aporta a la disminución de la pobreza. Debido a las condiciones climáticas y la riqueza de los suelos y el mar, Ecuador es un gran productor de productos tradicionales como banano, cacao, camarón, atún, y a lo largo del tiempo y gracias a la diversificación de los mercados han empezado a crear las exportaciones de flores, maíz, mango, madera, artesanías entre otros y a pesar que se han alcanzado grandes desarrollos, como el caso del camarón, todavía quedan grandes desafíos para el país, de modo que esta investigación es importante ya que se analizarán los esfuerzos que realiza el Estado, a través de PRO ECUADOR y sus oficinas de comercio en el exterior.

Desde la perspectiva de la investigación, es muy importante conocer que productos están alcanzando niveles altos e exportaciones y aquellos en los que se pueda generar una mayor producción e industrialización para luego enviarlos a otros países, esto como base a lo que se ha planteado el estado desde hace varios años, como el cambio de la matriz productiva, además del funcionamiento de los mercados y los demás países de la región, quienes también han inaugurado organismos para fomentar el comercio exterior y mejorar el equilibrio de la balanza comercial.

Otro aspecto a destacar es conocer que los productos primarios, *commodities*, son iguales y no se puede agregar un valor adicional, de allí el hecho de que al aumentar las producciones de banano en Centroamérica se vea reflejado en las exportaciones del Ecuador, por el contrario aquellos productos que si se les puede agregar valor, como las artesanías, textiles u otros, requieren del cumplimiento de normativa internacional de calidad, y esto muchas veces no

es factible para las industrias del país, esto también es una estrategia que debe ser considerada por PRO ECUADOR.

Ecuador se encuentra con grandes desafíos para lograr que su presencia en el mundo sea más importante, además algunos países competidores de la región como el caso de Colombia también ha creado un organismo para promover sus productos como el caso de PROCOLOMBIA creada en 1991, que ha logrado acuerdos de comercio con diferentes países, incluso en 2014 un impulso las exportaciones de Tecnologías de la Información (TI) y software, con 7 oficinas del exterior en Europa. Por su parte Perú también tiene un organismo encargado de la promoción y apertura de nuevos negocios PROMPERÚ, que hace 10 años creó la marca país con un éxito sin precedentes logrando crear el efecto de *lovetmark*, y logrando que sus productos tengan una mejor presencia en el mundo, también tiene 7 oficinas en Europa. Ecuador antes de la creación de PROECUADOR solo tenía una oficina en el exterior.

Otro de los desafíos a los que se enfrentan las exportaciones en Ecuador es lograr el desarrollo de una cultura de calidad de las exportaciones, puesto que los mercados extranjeros no solo exigen un precio competitivo, sino que los productos o servicios puedan cumplir con normativa de calidad de los países hacia los que se pretende exportar, lo que conlleva a mejorar la infraestructura local, otra de las prioridades y de las estrategias que se deben considerar, esto va de la mano con aumentar la capacidad de producción lo que se consigue aumentando la tecnología con la que se pretende exportar, para lo cual se requiere inversión, que es otra de las aristas del ente estatal responsable.

Objetivo general y específicos

Objetivo general

Evaluar la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su incidencia en el plan estratégico exportador del Ecuador, mediante el análisis estadístico y documental para poder identificar lineamientos y rutas de trabajo del sector exportador durante los años 2019 y 2020.

Objetivos específicos

- Analizar el entorno de las exportaciones del Ecuador y de su sistema de promoción mediante las oficinas comerciales en Europa.
- Revisar el marco de referencia teórico y metodológico para lograr definir en entorno de las exportaciones del Ecuador según su plan estratégico y la gestión de las oficinas comerciales
- Analizar las estrategias de posicionamiento de las oficinas del exterior en Europa y su influencia sobre las exportaciones desde la perspectiva del mercado y los productores

Preguntas de investigación y/o hipótesis

Pregunta general

¿Existe una adecuada gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa que incida de forma directa en las exportaciones del Ecuador?

Preguntas específicas

- ¿Cuáles son las estrategias de posicionamiento de las exportaciones que realiza PRO ECUADOR a través de las oficinas comerciales en el exterior?
- ¿Se han alcanzado las metas de exportaciones en el Ecuador durante el los años 2019 y 2020?

- ¿Existe una relación entre las estrategias de posicionamiento de exportaciones y las exportaciones en el Ecuador en el último año?
- ¿Cuál es la perspectiva del mercado y los productores con respecto a las exportaciones del Ecuador?

Limitaciones y delimitaciones

Limitaciones

Se podría considerar una limitación de la investigación el contar solo con la información que se tiene de los entes gubernamentales, además las estrategias que están utilizando no siempre están al alcance de las personas, además de aquellos mercados en los que se podría incursionar. Es necesario considerar que la información de este trabajo de investigación tiene que ser de fuentes contrastadas y existe mucha información que por lo general son de prensa, lo que podría limitar la fiabilidad de los datos que se obtengan.

Delimitaciones

Tema:	Análisis de la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su incidencia en el plan estratégico exportador
Área:	Exportaciones del Ecuador
Sector:	Promoción de exportaciones
Alcance:	Exportaciones a Europa
Delimitación Espacial:	Ecuador
Delimitación temporal:	2019 - 2020
Delimitación Universo:	Exportaciones del Ecuador
Delimitación de contenido:	Estrategias de promoción de exportaciones

Capítulo 1: Marco Teórico

1.1 Marco teórico

1.1.1 Comercio exterior de Ecuador

Desde la época de la Colonia Ecuador ha gozado de una amplia variedad de productos y minerales para ser exportados, donde el primer rubro de exportación fue el oro, puesto que de grandes cantidades de este material fueron trasladadas a España, siguiendo una política comercial impuesta por la Corona, las minas auríferas de Cuenca, Zamora y Zaruma tuvieron un gran apogeo, enviando grandes cantidades de oro, al punto que en 1630 se consideró que las reservas del mineral se habían extinguido. (Ordoñez, 2012)

Para estos años tiene surgimiento la exportación de cacao, que se convirtió en el principal rubro de ingreso de dinero, sin embargo, se tuvo una caída del precio internacional y una prohibición de exportaciones que empezó a disminuir la exportación de este rubro. Para 1660, las principales fuentes de ingreso lo constituyeron los astilleros, con la construcción de barcos que pudieron mantener la economía, mientras las exportaciones de oro y cacao tuvieron sus rubros más bajos.

Para los años 1700 empiezan los obrajes (textiles) de la serranía a asumir un rol protagonista en las exportaciones de productos, ocupando el primer lugar en rubros de ingresos, los astilleros asumieron un segundo lugar, para 1770 empezó el segundo auge de exportaciones de cacao, logrando mantener niveles altos de ingresos a pesar de las mermas en las producciones o las caídas de precios del mercado. Para los 1800 empezaron a surgir exportaciones de quinua y madera que alcanzaron una contribución aproximada del 5% con la fundación de la Real Audiencia de Quito.

En las primeras épocas de la República, el país se vio enfrentado a un sinnúmero de problemas debido a los gastos que había dejado las guerras de independencia, así como conflictos internos, no permitieron un crecimiento de exportaciones, además la minería fue explotada mejor por otros países de la región. Con la llegada de la revolución industrial empieza un nuevo auge de cacao, puesto que se industrializaron los procesos y se crearon en Europa industrial especializadas en chocolate. Otro de los productos que tuvo un repunte fue el café que empezó a ser consumido en Estados Unidos y Europa, antes se consideraba una bebida de lujo, lo que hizo crecer grandemente las exportaciones de este producto.

En el periodo contemporáneo las exportaciones estaban concentradas en la Costa, abarcando el 70% de las mismas, los productos de la sierra, se cosechaban para el consumo local, lo que creó un malestar entre las regiones del país. En los 1800, por disposiciones gubernamentales se empezó con la producción de banano en grandes proporciones, que luego tuvo que ser exportado, primero a países de la región como Chile, hasta convertirse en uno de los principales productos de exportación.

Para los años 1910, empezaron las exportaciones de crudo de petróleo, y Ecuador se habría al mundo como país petrolero, y con un incremento significativo a partir de 1945, para 1972 las reservas de Santa Elena se habían agotado, lo que volvió la mira del gobierno hacia la Amazonía, haciendo que en 1973 empezara el auge petrolero y Ecuador se convirtiera en un país rico. A partir de este momento Ecuador empezó a dividir sus exportaciones entre Petroleras y No petroleras, y dentro de las no petroleras las de mayor peso son las consideradas tradicionales que abarcan banano, cacao, café, camarón, atún y derivados.

Los principales mercados de exportación de las exportaciones del Ecuador están dados a América con una dependencia del 81% del total de los mercados,

principalmente Estados Unidos, seguido por Perú, Colombia, Chile, Venezuela y Panamá. En segundo lugar, el mercado europeo con un 16% y 3% el mercado asiático. En importaciones la participación del volumen de los principales productos está conformado de la siguiente manera: Materia Prima 54.59%, Combustibles y Lubricantes 31.85%, Bienes de Consumo 9.42%, Bienes de Capital 4.92%, diversos 0.02%.

Exportaciones Ecuatorianas en la actualidad

Al finalizar el 2020, la balanza comercial total registró un superávit de USD 1.965 millones, el análisis de la balanza no petrolera mostró un superávit de USD 473 millones, los mercados a los que se tienen un mayor ingreso en términos de balanza comercial positiva fueron la Unión Europea, Estados Unidos y Rusia. Sin embargo, aquellos mercados con el déficit más elevado fueron China, Brasil y Colombia

Las exportaciones no petroleras representaron un incremento del 8% en relación con el año anterior, y el comercio con Estados Unidos se nuevamente se consolidó como el principal mercado, en el que se observó un crecimiento de 22%, seguido de Unión Europea con un crecimiento de 4% y China con un crecimiento de 14%, se debe considerar que estos mercados consisten en el 64% de las exportaciones no petroleras. De los productos exportados el principal no petrolero fue el banano, el mismo que registró un crecimiento de 19%, seguido de camarones (-3%), enlatados de pescado (-4%) y flores naturales (-6%). Estos cuatro productos representaron el 66% del total de productos no petroleros.

1.1.2 Comercio exterior en el mercado europeo

Europa es un mercado muy importante para el Ecuador, además desde la firma el Acuerdo comercial del año 2017 entre a Unión Europea y Ecuador, se han observado excelentes resultados, con un incremento del 11% en las

exportaciones en comparación con el año antes de la firma, de modo que los productos ecuatorianos han logrado un ingreso aumentado de cerca del 50%.

Este acuerdo se ha convertido en un marco legal que ha proporcionado una mejor apertura del mercado, logrando que se tenga más confianza entre los inversionistas, y los operadores económicos, entre 2020 y 2019 a pesar de la caída de las exportaciones del país como consecuencia de la pandemia por COVID – 19 y el confinamiento que tuvo graves repercusiones en el mercado, evento que es de conocimiento general, las exportaciones de Ecuador a la Unión Europea cayeron marginalmente (-0,53%) considerando todas las dificultades logísticas, a pesar de lo cual, se mantuvo la demanda europea de productos agrícolas sin ningún tipo de inconvenientes, estas exportaciones del país hacia destinos europeos es lo que explica por qué Ecuador tienen un superávit comercial con la Europa de EUR 1.004 millones durante los primeros meses del año 2020. (Cámara de Comercio de Quito, 2020)

Otro dato de interés es que desde la firma del tratado 40 nuevas empresas ecuatorianas iniciaron procesos de comercialización con la Unión Europea, que se conforma de 27 países, entre ellos algunos de gran interés comercial como España, Alemania e Italia; además en el año 2020 el país ha expandido sus exportaciones a otros países del bloque europeo, de los que destacan Finlandia, Dinamarca, Grecia, Polonia y Letonia. (Primicias, 2020)

Entre los productos que tuvieron una mayor venta con la Unión Europea se encuentran los minerales, escorias y cenizas (+24,530%); madera (+40%), maquinaria mecánica (-49%), cobre (+85%), perlas naturales (-48%), también existieron otros productos cuyo crecimiento también se destacó durante este tiempo, estos fueron productos de origen natural (+31%), fruta comestible (+82%) y productos de la industria de la molienda (+69%).

A pesar de la importancia del comercio exterior entre Ecuador y la Unión Europea, existe una brecha importante entre lo que los mercados requieren y lo

que los productos ecuatorianos pueden entregar, dado que deben adaptarse a los mercados internacionales, en aspectos tan importantes como la tecnología y la calidad de los productos, a continuación, se presentan algunos de los productos y sus puntos de mejora para el mercado al que intentan introducirse o crecer: (Mesías, 2019)

- Banano. – El mercado europeo, requiere que los productos sean orgánicos, lo que representa una gran limitante por este tipo de producción, además algunos productores no están dispuestos a realizar la inversión y prefieren otros mercados con menos demanda, puesto que no requieren invertir en tecnología ni en cambio en la metodología de producción.
- Enlatados de pescado (atún) Desde el 2019 la Comisión de la Unión Europea emitió una tarjeta amarilla para los enlatados de pescado ecuatorianos ya que la normativa que aplica la pesca del atún está obsoleta y data desde hace 30 años, la misma que no cumple con los estándares internacionales y no existe la certeza de que el producto no tenga origen ilegal en la pesca internacional. Desde 2010 la Unión Europea ha emitido tarjetas amarillas a 25 países, de las cuales tres se convirtieron en rojas, y cuando esto ocurre se bloquean las exportaciones de dicho país, por lo que se deben hacer todos los esfuerzos para que esto no ocurra.
- Camarón. Las exportaciones de camarón están centradas en Asia que se ha convertido en el mercado principal para el producto ecuatoriano, lo principales países a los que se exporta el camarón son Vietnam y China que abarcan casi toda la producción, a pesar de esto, Ecuador debe tener en cuenta que el mercado europeo no se está llegando como se debería, y ha tenido un crecimiento de solo el 1% en el año 2020, lo cual es una oportunidad que no se esta aprovechando de forma eficiente.

- Cacao. - Ecuador puede llegar a convertirse en líder de este producto en términos de calidad, debido a que la Unión Europea tiende una mano de apoyo en el Plan de Mejora Competitiva del Cacao y Derivados, que tiene como objetivo atraer inversiones de grandes empresas chocolateras. Sobre la línea de este plan, tiene como propósito disminuir los niveles de cadmio en el cacao ecuatoriano. Ya hace más de cinco años la Europa tiene el reglamento 488/2014, que exige que el elemento químico antes mencionado no supere los 0,8 miligramos por kilogramo de chocolate o cacao en polvo.

A pesar de que productos como el banano, camarón y atún están perdiendo espacios y disminuyendo su potencial de exportación de estos bienes a la Unión Europea, existen otros productos del Ecuador que están ganando aceptación entre los consumidores europeos, entre los que se pueden mencionar: la piña, tamarindo, pitahaya, fruta congelada, orquídeas y aguacate

A inicios del año 2019 Ecuador exportó USD 543.000 a la Unión Europea en aguacates, lo que representa un crecimiento de 274% en comparación con el mismo período de 2018, lo que representan USD 145.000 de ingresos, según datos del Banco Central (BCE). También, en el mismo periodo las exportaciones de orquídeas hacia destinos europeos han crecido en 67% y las de pitahaya en 28%. El comercio de piña y frutas congeladas tuvieron un aumento en 4% y 3%, respectivamente, lo que representa una gran oportunidad para aumentar las relaciones comerciales. (Coba, 2019)

1.1.3 Organismos que intervienen en las exportaciones del Ecuador

En esta sección se van a tratar algunos organismos que intervienen en las exportaciones del país lo cual es muy importantes para el desarrollo del comercio exterior, puesto que estas instituciones promueven y regulen esta actividad desde una perspectiva de progreso e innovación.

Comité de Comercio Exterior

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, esta institución tiene está conformada por un cuerpo colegiado de carácter que trabaja de la mano con varios sectores públicos del país, tiene como principal responsabilidad la regulación de todos los asuntos y procesos relacionados con el Comercio Exterior, este organismo fue reestructurado en según el Decreto Ejecutivo No 25 reestructura al Comité de Comercio Exterior (COMEX), en que se precisa que los miembros titulares o delegados serán de las siguientes entidades:

- El Comité es presidido por el Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca;
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo;
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana.

Junto con estas instituciones, también forman parte del Comité, con voz, pero sin derecho a voto, las siguientes instituciones:

- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador,
- Todas las demás instituciones que determine el presidente de la República, las cuales deben hacerse por Decreto Ejecutivo.

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca

El Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, es una institución del gobierno ecuatoriano con la principal responsabilidad de Fomentar la inserción estratégica del Ecuador en el Comercio Mundial que lo consigue mediante el desarrollo productivo, la mejora de la competitividad integral, el desarrollo de las cadenas de valor y las inversiones

Según la página oficial del ministerio se presentan como objetivos:

- Incrementar la inserción estratégica económica y comercial del país en el mundo.
- Incrementar la productividad y competitividad del sector acuícola y pesquero.
- Incrementar la inversión nacional y extranjera, incentivando un atractivo clima de negocios, transferencia tecnológica y de innovación.
- Incrementar la productividad, los servicios relacionados, la calidad, el encadenamiento, la asociatividad, la articulación público – privada, el desarrollo de polos productivos y la territorialización de la política productiva, en la industria.

Organismos de Acreditación Ecuatoriana (OAE)

En el Ecuador existe un Organismo que proporciona a los exportadores certificaciones internacionales muy importantes al momento de exportar una mercancía fuera del país. Estas certificaciones internacionales permiten que los productos que se pretendan tener las características necesarias que cumplan con los estándares internacionales de acreditación y puedan ser exportados. Existen diversas agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas con un componente internacional) que se dedican a la certificación de las prácticas y procesos de producción para que cumplan con las normativas y puedan ser exportados a diversos destinos, estas características tienen que ver con: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, etc.

El Organismo de Acreditación Ecuatoriana (OAE) es el órgano oficial en materia de acreditación, que tiene una dirección que sigue los lineamientos, políticas y prácticas internacionales reconocidas. Este organismo se presenta como una entidad técnica de derecho público, con personería jurídica, autonomía

administrativa, económica, financiera y operativa, que no tiene fines de lucro, que tiene competencia nacional y sus oficinas están situadas en la ciudad de Quito.

El OAE brinda a los exportadores ecuatorianos de los certificados internacionales a nivel nacional que son prioritarios para su actividad, puesto que las certificaciones internacionales son el sistema establecido para identificar un producto cuenta con los requerimientos del país al que se desea exportar, tanto en características, como en procesos productivos, de modo que estos certificados sean documentos habilitantes y les permitan (a los exportadores) realizar sus actividades comerciales en cualquier parte del mundo, sin restricciones de normativa.

Servicio Nacional de Normalización

El Servicio Nacional de Normalización (INEN) es un organismo estatal regulado por el Ministerio de Industrias y Productividad el cual tiene como objetivo prioritario, dentro de sus competencias, “Cumplir las competencias de organismo técnico nacional, en materia de reglamentación, normalización y metrología, establecidos en las normativas constitucional y legal vigentes, así como en tratados, acuerdos y convenios internacionales

Entre sus objetivos se pueden apreciar:

- Incrementar la infraestructura de la calidad en Normalización, Reglamentación Técnica y Evaluación de la Conformidad orientada al desarrollo de los sectores productivos y servicios.
- Incrementar la cobertura de servicios metrológicos orientado al aseguramiento de la trazabilidad de las mediciones en el país.
- Incrementar la eficiencia institucional en el INEN.
- Incrementar el desarrollo del talento humano en el INEN.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto del INEN.

Agrocalidad

Esta agencia estatal, tiene a su cargo el control y regulación que permite la protección y el mejoramiento de la sanidad animal, sanidad vegetal e inocuidad alimentaria.

Dentro de los objetivos de la Agencia se encuentran:

- Incrementar la eficiencia institucional de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario.
- Incrementar la garantía de la inocuidad de los productos agropecuarios para consumo interno y exportación.
- Incrementar la garantía de la calidad, seguridad y eficacia de los insumos agropecuarios de producción local e importados.
- Incrementar la calidad fito y zoosanitaria de los productos agropecuarios de consumo interno y exportación.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario.
- Incrementar el desarrollo del talento humano de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario

Instituto Nacional de Pesca

La principal función del Instituto Nacional de Pesca es la de realizar investigaciones científicas y tecnológicas de los recursos bioacuáticos, basada en el conocimiento del medio ambiente y de los organismos que lo habitan, este les permite evaluar el potencial, diversificar la producción, propender al desarrollo de la actividad pesquera y lograr su óptima y racional utilización.

Se cuentan como objetivos de este organismo gubernamental:

- Incrementar el conocimiento de los recursos hidrobiológicos y sus ecosistemas. Se realizan indicadores biológicos pesqueros que

son un conjunto de modelos o fórmulas estadísticas y pesqueros, que son necesarios para inferir sobre las condiciones de la producción según las etapas reproductivo, crecimiento, abundancia, etc).

- Incrementar las tácticas de manejo y ordenamiento pesquero y acuícola. Establecen los criterios bajo los cuales se realiza la extracción de los productos del mar tanto de forma industrial como de forma artesanal.
- Incrementar la transferencia tecnológica al sector pesquero y acuícola. Se proponen la exposición de nuevas tecnologías para el sector pesquero y acuícola, además que se presentan los resultados de investigaciones que logren mejorar, a través de conocimiento técnico sobre este sector productivo
- Incrementar la eficiencia institucional del Instituto Nacional de Pesca. Se trata de ser eficientes con las condiciones propias de su accionar, de modo que sus prácticas estén en mejor condición de exponer sus resultados y generar espacios de aprendizaje y buenas prácticas de pesca y acuicultura.

SENAE

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es ente del estado que tiene un funcionamiento autónomo que se orienta al servicio que es parte activa del quehacer nacional e internacional, de modo que puedan facilitar los trámites relacionados con el Comercio Exterior, además de utilizar tecnología y personal con capacidad de mejorar los trámites y las condiciones de los exportadores.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador indica que se encuentra en constante cambio y regentando nuevas propuestas que logren tener una mejor prestación de los servicios que brindan sobre la base de la calidad al servicio de ellos usuarios.

Puertos del Ecuador

El Ecuador tiene seis puertos en lo que respecta a su parte litoral dispuestas en el Océano Pacífico, estos puertos son: Puerto Bolívar, Puerto de Guayaquil, Puerto de Manta, Puerto de Balao, Puerto de San Lorenzo y El puerto de Posorja, que se proyecta llegar a ser el más importante del país.

Cada puerto que tiene el litoral, se encuentra especializado en brindar algún tipo de servicio según el lugar en el que se ubique, de este modo, en Puerto Bolívar se exporta principalmente banano y cacao, Guayaquil recibe y envía carga en contenedores, Manta tiene como referencia ser un puerto pesquero y de café, desde el puerto de Balao la exportación es para el sector petrolero y San Lorenzo se considerará un puerto maderero.

Según el Banco Central, el tipo de exportación que se realiza es por vía marítima, ya que el envío por vía aérea resulta ser muy costoso. En ocasiones, no se puede efectuar los envíos directamente, debido a esto hay que realizar escalas de este modo el flete tiene menor costo, como muestra de lo antes dicho, si un barco que pasa por Guayaquil rumbo a los puertos brasileros se demora semanas en llegar, otro que va hasta Miami o Panamá descarga y reenvía en pocos días al Brasil.

En los últimos tiempos, se intenta que los tres primeros puertos mejoren sus sistemas de dragado u otras acciones para recibir barcos de alto calado, lo que repercuta sobre la reducción de las rutas y otras mercaderías, a pesar de esto, que es muy importante para el comercio exterior del Ecuador, no se ha podido conseguir, esta es una de las principales razones por las que se construyó el puerto de Posorja.

1.1.4 PROECUADOR

PRO ECUADOR es el organismo creado para poder satisfacer las demandas de los productores que desean exportar, y surgió como reemplazo de CORPEI, este organismo es parte del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, y tiene como principal función la de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador para su inserción estratégica en el comercio internacional.

Cuenta con una amplia red de oficinas, 7 oficinas nacionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales, y 27 oficinas internacionales, enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que beneficien al Ecuador.

1.1.5 Plan estratégico exportador (Ruta del Exportador)

Orientación y Asesoría

- Asesoría y acompañamiento inicial en comercio exterior.
- Capacitaciones introductorias.
- Guías informativas.
- Exporta fácil.
- Asistencia especializada para Actores de la Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo.

Formación y Asistencia

- Test del Potencial Exportador.
- Capacitaciones específicas.
- Asesoría para fortalecimiento y adecuación de la oferta exportable.

- Proyectos e Información Especializada para Adaptación Producto – Mercado.
- Eventos de Negocios Nacionales.
- Los exportadores esporádicos pueden acceder a los servicios de la fase de Orientación y Asesoría de la Ruta PRO ECUADOR.

Promoción comercial

- Asesoría especializada.
- Articulación interinstitucional.
- Desarrollo de contactos de negocios.
- Eventos de promoción comercial
- Los exportadores regulares pueden acceder a los servicios de la fase Formación y Asistencia Técnica de la Ruta PRO ECUADOR.

1.1.6 Oficinas Internacionales

PRO ECUADOR cuenta con una red de oficinas comerciales en 26 países alrededor del mundo, esto con el fin de lograr que el país ingrese al mapa mundial como un país exportador, que llegue a los mercados internacionales más importantes, dentro de las competencias de las oficinas comerciales en el exterior está en brindar servicios especializados en los cuales se brinda información sobre comercio exterior, además de promocionar eventos como ferias para lograr que los mercados internacionales se interesen y se enfoquen en el país y sus productos.

Entre los servicios que las oficinas brindan se encuentran:

- Servicio y asesoría al exportador
 - Asesoría al emprendedor y al exportador regular
 - Formación y capacitación técnica
 - Programas y proyectos para el fortalecimiento del exportador
 - Fomento y promoción de comercio justo y sustentable

- Eventos de promoción comercial
 - Asesoría especializada
 - Desarrollo de contactos de negocios
 - Articulación Interinstitucional
- Inteligencia comercial
- Estudio de mercado sobre productos potenciales
 - Estadísticas y análisis de comercio internacional
 - Guías y estrategias de accesos a mercados
 - Información nacional de comercio e inversiones por sector
- Promoción de inversiones
- Información del clima de negocios, incentivos y oportunidades de inversión
 - Agendas especializadas y acompañamiento con actores públicos y privados
 - Asistencia durante el proceso de inversión
 - Atención de requerimientos de atención específica

Marco conceptual

Política Comercial

La política comercial, también conocida como política de comercio o política mercantil hace referencia al conjunto de iniciativas del gobierno de un país que realiza sobre el comercio internacional, es decir, sobre la importación y exportación de productos y servicios desde este país a otro.

Estas iniciativas abarcan estrategias como tratados de libre comercio, donde no se tiene restricciones entre la comercialización de un país con otro, y las de proteccionismo, que establecen restricciones en las importaciones de modo que se proteja a los productores locales, y en el caso del Ecuador principalmente para los productos de consumo interno como los agrícolas.

En ocasiones estas políticas se pueden realizar entre varios países que tienen intereses comunes y productos, para lo cual estas estrategias que tomen resulten de una mayor competitividad como grupo, tal es el caso de la Unión Europea.

Balanza Comercial

La balanza comercial se define como el registro que realizan los países sobre los productos (en valores) que exportan y se importan de modo que se pueda tener una referencia sobre si se han tenido mayores ingresos o salidas. Cuando existe una diferencia positiva esto se traduce como un superávit comercial, es decir que las ventas han superado a las compras lo que es un escenario ideal para las personas. En caso de valores negativos lo que no es favorable para ningún país, ya que el déficit debe ser cubierto por deuda pública o privada y no es un escenario que pueda mantenerse por tiempo prolongado.

Plan estratégico de exportaciones

Es el conjunto de objetivos estratégicas y metas de exportaciones que tiene el país sobre la cual establece un conjunto de actividades que permitan acceder a nuevos mercados o incrementar la venta en mercados existentes, sea por un aumento en las exportaciones de productos tradicionales o el ingreso de nuevos productos en dichos mercados.

Oficinas Comerciales en el exterior

Son oficinas del Ecuador en diferentes países que tiene como propósito el promocionar los productos y la marca Ecuador en el exterior, buscando herramientas como ferias, eventos, reuniones con inversionistas para lograr un incremento en las exportaciones.

Marco referencial

Desde la época de la Colonia, Ecuador ha sido un país agricultor, puesto que el clima templado de la sierra es ideal para cereales y la costa cultivos comerciales como el Cacao y el banano. Tradicionalmente el Ecuador ha sido exportador de Cacao debido a su clima se produce el Cacao Arriba fino y de Aroma, que es muy cotizado en el mundo y se acapara el 63% del mercado mundial, sin embargo, con el crecimiento de plantaciones en países africanos ha disminuido el nivel de exportación y producción. (Cevallos, 2019) En la década de los 40 y 50 surgió el *boom* bananero en el país, empresas internacionales fomentaron su producción y se empezaron a tener exportaciones que pasaron de 3,6 millones de racimos a 16 millones vendidos, logrando que el país se convierta en el principal exportador de banano del mundo, acaparando el 33% del mercado mundial, con más de 357 millones de cajas exportadas. (El Universo, 2020)

En 1972 empezó el *boom* petrolero con la extracción de crudo de la Amazonía, lo que dinamizó la economía del país convirtiéndose en un pilar productivo de la economía ecuatoriana, sin embargo, se aumentó también el

gasto público y el presupuesto del estado, lo que hizo que se tenga una gran dependencia del precio internacional del mercado, afectando gravemente la economía cuando los precios internacionales caen, como ha sucedido varias veces en la historia petrolera del Ecuador. (Vistazo, 2020) A pesar de esta dependencia en los últimos años esta influencia empieza a disminuir, debido al entorno cambiante, la fluctuación de los precios y que la economía se ha desacelerado.

En el meridiano de la década de los 70 surge también la exportación de camarón, como parte de un proceso de diversificación de productos tradicionales, que con el paso del tiempo ha ido en aumento, cada vez más tecnificado y con inversiones en investigación científica en el ámbito, ha logrado que el país sea más competitivo en el mercado internacional, y uno de los principales productos de exportación no petroleros. (Alvarado, 2020)

La Dirección de Estudios Económicos y Comerciales del Ecuador, en el informe del año 2020 indicó un superávit de \$1.965 millones y la balanza no petrolera alcanzó valores de \$473 millones, los principales mercados fueron La Unión Europea, Estados Unidos y Rusia, se presentaron déficit con mercados de China, Brasil y Colombia. (Ontaneda, 2020), considerando que por temas de Covid – 19 esto es muy atípico, Las exportaciones de camarón fueron las que tuvieron mayor crecimiento un 22%, otros productos de venta tradicional han presentado disminución de las exportaciones, el banano ha empezado una guerra de precios con competidores centroamericanos, el atún ha presentado similares circunstancias. El caco no tuvo un buen año tampoco. Las flores, el atún en lata, y productos madereros tienen problemas con barreras arancelarias. (Enríquez, 2020)

Como se lo ha expresado el país al comenzar su periplo de exportador, fue importante la participación del Estado que empezó a impulsar la práctica de producción para exportación. Para el año 1996, se dieron hechos muy

importantes: el país se adhiere a la Organización de Comercio y se promulga la Ley de Comercio Exterior e inversión, además se crearon el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, dando al comercio exterior la importancia que requería el país para afrontar nuevos retos y buscar un mejor posicionamiento de sus productos en el exterior. (Tonon, 2010) La principal función de CORPEI fue la de la ejecución de la promoción de exportaciones e inversiones, durante el tiempo que estuvo a cargo de esta función fue un actor importante para lograr posicionar los productos ecuatorianos en mercados internacionales.

Cabe señalar que CORPEI se constituyó como una entidad privada y sin fines de lucro, que estaba formada por representantes del sector público, gremios industriales, comerciantes, pequeña industria, artesanos, agrícolas y exportadores, creando una sinergia en los mercados exteriores por su conexión pública – privada. Los aportes para su funcionamiento fueron en su inicio 90% públicos y 10% privados, con el paso del tiempo solamente recibió apoyo del sector privado. Para el año 2009 el presidente Rafael Correa anuncia que la eliminación de la Cuota que los exportadores pagaban a CORPEI para su funcionamiento, indicando que al ser una empresa privada debe buscar su propio financiamiento, dando por sentado que la función de promoción de exportaciones estará a cargo del Viceministerio de Comercio Exterior, dando el inicio de un nuevo organismo gubernamental, PRO ECUADOR. (Tonon, 2010)

PRO ECUADOR, es “encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador para su inserción estratégica en el comercio internacional” (PRO ECUADOR, 2021), este organismo estatal tiene varias redes de oficinas, en el Ecuador tiene 7 oficinas las que se encargan de dar asesoría y respaldo a los productores ecuatorianos, y también 27 oficinas internacionales,

que tienen un enfoque en investigación, negociación y apertura de mercados, en la época de CORPEI solo existía una oficina comercial.

Las oficinas comerciales de PRO ECUADOR se encuentran en América: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, Estados Unidos – Los Ángeles, Estados Unidos – Miami, Estados Unidos – Nueva York, México y Perú; Europa: Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Reino Unido, Suecia y Turquía; Asia: China – Beijín, China – Cantón, China – Shanghái, Corea del Sur, India, Japón y Rusia; África y Oriente Medio: Dubai, para promocionar las exportaciones del Ecuador. (PRO ECUADOR, 2021)

Al dejar CORPEI esta competencia de promoción de las exportaciones del Ecuador y luego de la experiencia acumulada de PRO ECUADOR y sus oficinas comerciales, es necesario comprender si han tenido el éxito para beneficio de los exportadores del país, además considerando que ahora existe un presupuesto público para que pueda alcanzar los objetivos de crecimiento de las exportaciones y la diversificación de productos, además del soporte de los agricultores y productores del país. De este modo esta investigación surge de la necesidad de analizar la gestión de PRO ECUADOR, desde la consecución de resultados y según los lineamientos estratégicos planteados, ya que las exportaciones no petroleras se están convirtiendo en una necesidad y en un bastón de la economía del país que goza de un enorme potencial.

Se han revisado investigaciones relacionadas con las oficinas comerciales entre las que se encontraron:

Un estudio de Cordero en 2020, sobre las “Ferias Internacionales patrocinadas por PROECUADOR y la percepción de las empresas participantes”, donde se realizaron encuestas a los empresarios por tales eventos entre el año 2014 y 2016, se realizaron encuestas a 200 empresas de distintos sectores productivos del Ecuador. Como principal conclusión el autor indica que existe una buena percepción de las empresas que participaron en las ferias e indicaron que

es una buena estrategia de promoción del Ecuador como país exportador, sin embargo, el estudio indicó que debe existir una mayor articulación entre el sector privado y el sector público para tener un mayor alcance de este tipo de eventos. (Cordero, 2020)

Ojeda en 2017 presentó una investigación titulada “Análisis de factores relacionados a la deserción de los usuarios del segmento denominado “amarillos” de la ruta PRO ECUADOR de la ciudad de Guayaquil”, en la que se encuestaron a personas que participaron del proceso para ser exportadores, dando como resultado una gran aceptación por el trabajo realizado por PROECUADOR con una aceptación de su gestión del 40%, y donde el 70% indicaron que si habían sido capacitados y acompañados durante el proceso, sin embargo, una de las principales razones por las que desertaron del proceso es no haber sido asesorados. (Ojeda, 2017)

En 2015 un trabajo de Reina, cuyo título fue: “Análisis de la ruta aplicada por PROECUADOR para promover las exportaciones en la provincia de Esmeraldas”, donde se analizaron los logros obtenidos por el organismo gubernamental en la provincia, la investigación llegó a concluir en la Provincia de Esmeraldas solo existen 23 micro, pequeñas, medianas y grandes empresas dentro del plan de exportaciones y a pesar de los esfuerzos, no ha obtenidos logros definidos para la exportación de productos por el puerto de la ciudad de Esmeraldas. (Reina, 2015)

Marco legal

En la constitución del Ecuador de 2008, se indica en el artículo 306: “El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos

del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.” Por lo tanto, la responsabilidad de la promoción de las exportaciones es responsabilidad del Estado, por este medio dejó de ser la CORPEI la encargada de este propósito.

En este propósito en el Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones, en el artículo 95, se indica: “... Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento” con lo cual se le dio la legalidad a la creación de PROECUADOR en todas las instancias necesarias.

En el Reglamento General para la organización y funcionamiento del Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones extranjeras, en el artículo 3 indica que entre las competencias de PROECUADOR se encuentran:

- Diseñar estrategias de promoción, penetración y comercialización de la oferta exportable, en materia de bienes y servicios.
- Ejecutar y/o coordinar las actividades de promoción, tales como: eventos internacionales, misiones comerciales, ferias, encuentros de negocios, preparación y envío de muestras a las oficinas comerciales de las representaciones diplomáticas del país en el exterior.
- Reforzar la presencia del Ecuador en los principales mercados de exportación, y abrir nuevos mercados para productos y servicios

Identificación de variables y relación de variables

Variable independiente

Gestión de las oficinas comerciales en Europa

Variables dependientes

Plan estratégico exportador

Capítulo 2. Metodología

Diseño de investigación

El diseño de la investigación es un modelo que permite lograr conseguir los resultados según los objetivos planteados, como lo expresa Vallejo: “Un paso fundamental para llevar una investigación, es la formulación correcta de la pregunta, posteriormente surge la duda respecto a cómo solucionarla, es decir, qué tipo de diseño de investigación es el más idóneo para probar que la información derivada de la investigación tiene bases científicamente válidas y universalmente aceptables”, para el caso existen dos tipos de diseños, los experimentales y los observacionales, para el caso de este trabajo se utilizará un diseño observacional, considerando que se tomará una visión expectante, en los que no se tiene un control directo sobre las variables, puesto que las exportaciones ya han ocurrido y se analizará como ha influenciado el plan estratégico por tener oficinas en el exterior. (Vallejo, 2012)

Dentro de los diseños observacionales se puede mencionar el analítico y el descriptivo, que para este estudio será el descriptivo, puesto que se pretende identificar la aplicación de determinadas estrategias sobre la base de las exportaciones, se podría decir que se realizará un estudio transversal que se revisará en un determinado tiempo.

Tipo de investigación

En la investigación que se propone se realizará una investigación de tipo cuantitativa, al analizar las exportaciones que ha tenido el Ecuador con Europa según las estrategias de las oficinas en el exterior, de modo que se pueda tener una visión clara y lograr la correlación entre las variables expresadas. Siguiendo la línea de la investigación se ha definido realizar:

- Investigación documental. – Se van a analizar las fuentes bibliográficas de Exportaciones del Ecuador a Europa, según los datos oficiales, para lograr determinar cómo ha sido su comportamiento en relación con las estrategias que ha realizado el gobierno por medio de PROECUADOR y las oficinas en el exterior.
- Investigación correlacional. – Se definirán pruebas para identificar si existe un factor de desarrollo entre las estrategias propuestas y las exportaciones para lograr probar la hipótesis planteada.

Siguiendo la línea propuesta de investigación se ha planteado las siguientes hipótesis para este estudio, que se indican a continuación:

- Ho (Hipótesis nula). – No existe una relación entre la gestión de las oficinas comerciales en Europa y las exportaciones a estos destinos.
- Ha (Hipótesis alterna). - Existe una relación entre la gestión de las oficinas comerciales en Europa y las exportaciones a estos destinos

Alcance

El alcance de la investigación es lograr identificar la influencia de la gestión de las oficinas comerciales en el exterior y las exportaciones hacia Europa, donde se analizarán los países: Alemania, Francia, Países bajos, Reino Unido, Suecia y España, durante los años 2019 y 2020. La investigación considera todas las

exportaciones de todos los productos que fueron introducidos en este continente en el periodo indicado.

Población

Debido a que es un estudio documental, no se precisa tener una población de la investigación, puesto que no se hará sobre la base de un grupo de personas sino, sobre un análisis documental estadístico, para buscar la relación entre las variables.

Muestra

Tal cómo se lo expresó con anterioridad, al no tener una población definida no hace falta tener una muestra para el estudio, puesto que se considerarán todas las exportaciones en el periodo indicado.

Técnica de recogida de datos

Para la recolección de la información se utilizó la técnica de análisis documental, considerando:

- Bases de datos de PROECUADOR
- Bases de datos del Banco Central del Ecuador
- Bases de datos de Trade Map

Con esta información se realizará un análisis estadístico y se construirán tablas y gráficos estadísticos, para realizar un posterior análisis de la información presentada.

Análisis de datos

El análisis de datos se realizará con el estadístico Regresión Lineal, para identificar el grado de relación de las variables. La data será tabulada en un archivo de Microsoft Excel, y será analizada en el paquete estadístico SPSS V 21, se considerarán valores de significancia estadística menores a 0,05.

Capítulo 3. Resultados

Análisis de resultados

Perfil Comercial Europeo

Europa está conformado por 50 países, divididos en cuatro regiones, además de tener una población de 741.4 millones de personas:

- Europa Oriental (10 países): Bielorrusia, Bulgaria, Chequia, Hungría, Polonia, Rep. De Moldova, Rumania, Federación Rusa, Eslovaquia, Ucrania
- Europa Septentrional (15 países): Islas Aland, Islas del Canal, Dinamarca, Estonia, Islas Faroe, Finlandia, Islandia, Irlanda, Isla del Hombre, Letonia, Lituania, Noruega, Islas Svalbard y Jan Mayen, Suecia, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte
- Europa Meridional (16 países): Albania, Andorra, Bosnia y Herzegovina, Croacia, Gibraltar, Grecia, Santa Sede, Italia, Malta, Montenegro, Macedonia del norte, Portugal, San Marino, Serbia, Eslovenia, España
- Europa Occidental (9 países): Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Liechtenstein, Luxemburgo, Mónaco, Países Bajos, Suiza

En Europa existen dos bloques comerciales, el primero denominado la Unión Europea que está formada por 27 países y se constituye como el mayor

bloque comercial en el mundo. Ecuador en 2017 formó parte del acuerdo con la Unión Europea.

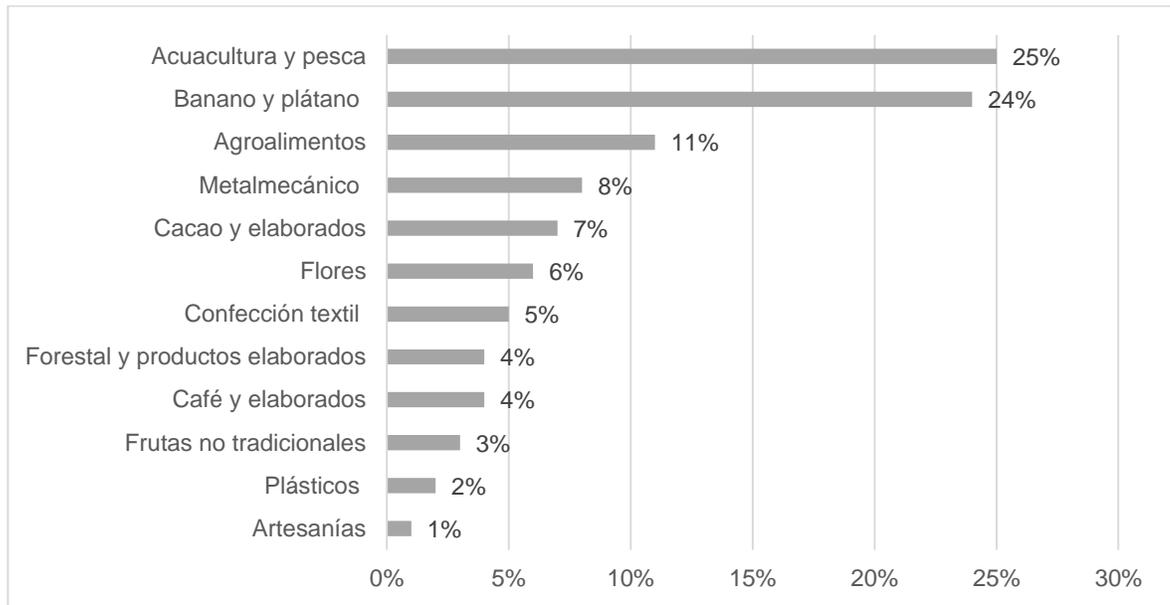
El EFTA o AELC (Asociación Europea de Libre Comercio), es otro bloque comercial que está integrado por Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza, países que se encuentran entre los más altos del mundo en competitividad, creación de riqueza por habitante, esperanza de vida y calidad de vida. En el 2020 Ecuador pasó a firmar un Acuerdo comercial con este bloque.

Entre las principales tendencias de consumo del continente, se encuentran en aumento la demanda de orgánicos en todas las categorías, además de alimentos frescos sobre procesados, quien lidera esta demanda de productos son: Dinamarca, Suecia, Austria, Alemania, Francia.

Existe también un 10% de la población es vegetariana/vegana, lo que aumenta la demanda de productos agrícolas, además en los últimos años se ha popularizado el flexitarianismo, que consiste en una dieta vegetal con consumo ocasional de productos animales.

Gráfico 1

Sectores potenciales de Europa



Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Producción. Perfil Consumidor Europeo

El camarón representa el 6% del consumo de pescado y mariscos en Europa, lo que conlleva a un 1.5 Kg per Cápita de consumo de este producto, donde el principal productor del mundo es Sudamérica. El mercado europeo ha establecido altos estándares de calidad e inocuidad para el camarón que ingrese, además de la trazabilidad comprobable. Europa consume alrededor de 12 millones de toneladas de pescado y mariscos al año, lo que lo convierte en uno de los principales importadores en el mundo. Los principales proveedores de Atún hacia la Unión Europea son Ecuador y Filipinas, además del incremento de estos alimentos procesados, listos para comer, debido a la falta de tiempo para preparar alimentos.

El banano es la fruta más consumida en el mundo, y existe una creciente demanda por banano orgánico, del cual Ecuador sigue liderando el mercado europeo, lo acuerdos comerciales firmados con los bloques comerciales del

continente, han permitido que las exportaciones de este producto aumenten. El plátano, debido a los fenómenos de inmigración de Latinoamérica, ha tenido un incremento en la demanda tanto en presentación fresca como procesada, sin embargo, las exigencias de certificaciones obligan a los productores locales a tener que mejorar sus procesos de producción para poder acceder a este mercado creciente.

Existe una demanda en aumento de alimentos agroindustriales, especialmente los considerados “*Superfoods*”, frutas, hortalizas, raíces, granos, etc., de las que América Latina es uno de los principales exportadores debido al potencial agrícola que posee la región. El 26% del consumo mundial de frutos secos corresponde a Europa. La quinua orgánica es muy apetecible, especialmente en Francia, que lidera la importación en el continente. Otros superalimentos como la chía, especies como cúrcuma y frutos como arándanos tienen una alta demanda en el continente liderados por Reino Unido.

Debido a la necesidad de los consumidores europeos de alimentos en presentaciones pequeñas y listas para cocinar, lo que les evita lavar, pelar y cortar el producto se aprecia una tendencia por los alimentos congelados, tales como purés, vegetales y productos cárnicos (hamburguesas, Nuggets, etc.) Otro de los segmentos en aumento son los *snaks*, especialmente aquellos que aportan con proteínas vegetales, fibras, vitaminas, etc. Alcanzando cifras de 18.5 millones de euros al año en importaciones.

Las pulpas de frutas tienen una gran acogida especialmente para preparar bebidas, batidos, y otros productos procesados como comida para bebés, purés, mermeladas entre otros, y con una gran demanda por frutas exóticas procedentes de países tropicales como Ecuador, Perú, Costa Rica, Malasia, Brasil, Tailandia, etc.

Con respecto al Caco, Ecuador sigue siendo el principal proveedor de la variedad Fino y de Aroma al continente europeo, además la industria europea

procesa grandes cantidades de cacao al ser el mayor fabricante de chocolate del mundo con un crecimiento esperado del 3% hasta el 2022.

En Europa se consumen flores durante todo el año, sin embargo, solo las producen en verano, por lo aumentan las importaciones en invierno, haciendo que se convierta en un mercado al que el producto ecuatoriano puede acceder.

El consumo de café en el continente europeo representa 5kg per cápita de consumo, el cual es el más alto del mundo y con un crecimiento sostenido de consumo en el tiempo, Ecuador estuvo liderando el mercado de café soluble en Europa durante el 2015.

Las frutas no tradicionales como la pitahaya, en sus variedades roja y amarilla, que se cultivan en el Ecuador, sugieren un mercado de consumo emergente para Europa, que lo utilizan como fruta fresca y en diversos preparados. Otra fruta de gran demanda es la uvilla que se utiliza en diferentes platos, además de ser considerada un superalimento.

Los sombreros de paja toquilla, tienen una gran demanda, principalmente en Alemania, Reino Unido y Francia, tanto en colores tradicionales como en colores más llamativos para los jóvenes entre 20 y 40 años como accesorio de moda.

A continuación, se presentan las principales importaciones del continente europeo durante los años 2019 y 2020.

Tabla 1

Importaciones Unión Europea 2019

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	804.476.095,00	11,93%
2	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	706.268.696,00	10,48%
3	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	688.031.374,00	10,21%

4	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	677.287.001,00	10,05%
5	Productos farmacéuticos	326.218.112,00	4,84%
6	Plástico y sus manufacturas	248.774.799,00	3,69%
7	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	244.921.279,00	3,63%
8	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	204.348.449,00	3,03%
9	Productos químicos orgánicos	178.711.931,00	2,65%
10	Fundición, hierro y acero	153.860.514,00	2,28%
11	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	129.994.514,00	1,93%
12	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	106.249.590,00	1,58%
13	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	105.458.032,00	1,56%
14	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	102.978.281,00	1,53%
15	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	100.528.366,00	1,49%
16	Productos diversos de las industrias químicas	86.750.076,00	1,29%
17	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	80.056.781,00	1,19%
18	Aluminio y sus manufacturas	78.705.150,00	1,17%
19	Materias no a otra parte especificadas	76.946.265,00	1,14%
20	Caucho y sus manufacturas	75.083.907,00	1,11%
21	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	68.956.464,00	1,02%
22	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	60.496.620,00	0,90%
23	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	57.922.154,00	0,86%
24	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	57.345.820,00	0,85%
25	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	53.911.133,00	0,80%
26	Carne y despojos comestibles	49.066.116,00	0,73%
27	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	48.489.675,00	0,72%
28	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal ...	48.435.655,00	0,72%
29	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	48.058.318,00	0,71%
30	Cobre y sus manufacturas	45.244.934,00	0,67%
31	Otros	1.027.877.067,00	15,25%
	Total	6.741.453.168,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Se observa que el principal producto de importación son las máquinas y artefactos mecánicos que en el 2019 representaron el 11,93% del total de productos, y el 11,96% en el 2020. El total de las importaciones durante el 2019

fueron de \$6.741.453.168,00 de dólares americanos, y \$6.293.925.772,00 durante el 2020.

Tabla 2

Importaciones Unión Europea 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	752.986.694,00	11,96%
2	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	699.139.005,00	11,11%
3	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	585.597.749,00	9,30%
4	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	438.542.630,00	6,97%
5	Productos farmacéuticos	361.430.097,00	5,74%
6	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	297.413.022,00	4,73%
7	Plástico y sus manufacturas	238.220.997,00	3,78%
8	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	202.750.665,00	3,22%
9	Productos químicos orgánicos	168.565.198,00	2,68%
10	Fundición, hierro y acero	127.457.845,00	2,03%
11	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	116.950.874,00	1,86%
12	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	102.032.204,00	1,62%
13	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	99.163.328,00	1,58%
14	Productos diversos de las industrias químicas	97.473.918,00	1,55%
15	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	94.662.697,00	1,50%
16	Materias no a otra parte especificadas	79.323.453,00	1,26%
17	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	75.359.295,00	1,20%
18	Aluminio y sus manufacturas	70.824.432,00	1,13%
19	Caucho y sus manufacturas	70.802.598,00	1,12%
20	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	70.091.875,00	1,11%
21	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	65.476.509,00	1,04%
22	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	62.047.283,00	0,99%
23	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	56.882.645,00	0,90%
24	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	54.664.490,00	0,87%
25	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	54.322.170,00	0,86%
26	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	54.042.931,00	0,86%

27	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	48.871.136,00	0,78%
28	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal ...	48.279.901,00	0,77%
29	Carne y despojos comestibles	44.873.514,00	0,71%
30	Cobre y sus manufacturas	44.849.067,00	0,71%
31	Otros	1.010.827.550,00	16,06%
	Total	6.293.925.772,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

América Latina exportó a Europa 144.483.308,00 durante el 2019 y 134.991.792,00 en el 2020, destacando las frutas y frutos comestibles, que se ubicaron en el 9,66% del total de importaciones del continente europeo.

Tabla 3

Importaciones Unión Europea 2019 desde América Latina

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	14.942.181,00	10,34%
2	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	13.962.891,00	9,66%
3	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	12.108.841,00	8,38%
4	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	9.583.490,00	6,63%
5	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	7.742.524,00	5,36%
6	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	6.901.558,00	4,78%
7	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	6.253.577,00	4,33%
8	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	5.842.214,00	4,04%
9	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	5.682.705,00	3,93%
10	Café, té, yerba mate y especias	5.229.896,00	3,62%
11	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	4.661.918,00	3,23%
12	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	3.811.725,00	2,64%
13	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar ...	3.624.273,00	2,51%
14	Carne y despojos comestibles	3.367.828,00	2,33%
15	Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de metal precioso, de elementos ...	3.214.783,00	2,23%
16	Barcos y demás artefactos flotantes	2.525.439,00	1,75%

17	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	2.477.779,00	1,71%
18	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	2.367.990,00	1,64%
19	Cobre y sus manufacturas	2.358.172,00	1,63%
20	Fundición, hierro y acero	2.061.093,00	1,43%
21	Productos químicos orgánicos	1.922.436,00	1,33%
22	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1.747.862,00	1,21%
23	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	1.646.898,00	1,14%
24	Cereales	1.393.110,00	0,96%
25	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	1.265.604,00	0,88%
26	Plástico y sus manufacturas	1.215.777,00	0,84%
27	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	1.205.776,00	0,83%
28	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	1.128.342,00	0,78%
29	Productos diversos de las industrias químicas	901.751,00	0,62%
30	Productos farmacéuticos	862.508,00	0,60%
31	Otros	12.472.367,00	8,63%
	Total	144.483.308,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

En el 2020, las frutas y frutos comestibles se ubicaron en primero lugar de las exportaciones de Latinoamérica y el caribe con un 10,85% del total lo que denota la importancia de este mercado para la región.

Tabla 4

Importaciones Unión Europea 2020 desde América Latina

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agríos (cítricos), melones o		
1	sandías	14.652.635,00	10,85%
	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o		
2	semipreciosas, metales preciosos, ...	12.033.126,00	8,91%
	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su		
3	destilación; materias bituminosas; ...	10.138.228,00	7,51%
4	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	8.585.972,00	6,36%
	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos		
5	terrestres, sus partes y accesorios	7.618.269,00	5,64%
	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos		
6	preparados para animales	6.773.668,00	5,02%
	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de		
7	grabación o reproducción ...	6.370.351,00	4,72%

8	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	6.180.934,00	4,58%
9	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	6.063.569,00	4,49%
10	Café, té, yerba mate y especias	5.494.031,00	4,07%
11	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	5.353.307,00	3,97%
12	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	3.551.239,00	2,63%
13	Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de metal precioso, de elementos ...	2.669.059,00	1,98%
14	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar ...	2.644.375,00	1,96%
15	Carne y despojos comestibles	2.588.871,00	1,92%
16	Barcos y demás artefactos flotantes	2.491.520,00	1,85%
17	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	2.488.481,00	1,84%
18	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	2.441.283,00	1,81%
19	Cobre y sus manufacturas	2.226.447,00	1,65%
20	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	1.723.152,00	1,28%
21	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1.720.455,00	1,27%
22	Fundición, hierro y acero	1.370.801,00	1,02%
23	Productos químicos orgánicos	1.355.855,00	1,00%
24	Cereales	1.338.124,00	0,99%
25	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	1.190.124,00	0,88%
26	Productos diversos de las industrias químicas	1.043.573,00	0,77%
27	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	1.034.374,00	0,77%
28	Plástico y sus manufacturas	971.677,00	0,72%
29	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	914.048,00	0,68%
30	Productos farmacéuticos	898.134,00	0,67%
31	Otras	11.066.110,00	8,20%
	Total	134.991.792,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Ecuador tuvo una participación del mercado europeo de 0,09% (\$5.691.096,00 dólares americanos de una economía de \$6.293.925.772,00), La región latinoamericana representó el 2,14% de las importaciones hacia Europa.

Tabla 5

Importaciones del mercado europeo desde Ecuador 2020

Importador / Exportador	Dólares	Porcentaje
-------------------------	---------	------------

Ecuador	5.691.096,00	0,09%
América Latina	134.991.792,00	2,14%
Europa	6.293.925.772,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

En el 2019 Ecuador concentro en 45,90% de las exportaciones a Europa en frutas y frutos comestible y el 15,10% para pescados y mariscos.

Tabla 6

Importaciones Unión Europea 2019 desde Ecuador

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones		
1	o sandías	2.550.266,00	45,90%
	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados		
2	acuáticos	838.988,00	15,10%
	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o		
3	demás invertebrados acuáticos	802.463,00	14,44%
4	Plantas vivas y productos de la floricultura	440.283,00	7,92%
5	Cacao y sus preparaciones	263.550,00	4,74%
	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o		
6	semipreciosas, metales preciosos, ...	260.070,00	4,68%
7	Preparaciones alimenticias diversas	91.674,00	1,65%
	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás		
8	partes de plantas	89.937,00	1,62%
9	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	55.405,00	1,00%
10	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	31.345,00	0,56%
11	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	18.992,00	0,34%
	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su		
12	desdoblamiento; grasas alimenticias ...	14.249,00	0,26%
	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares,		
13	calderas; partes de estas máquinas ...	13.606,00	0,24%
14	Sombreros, demás tocados, y sus partes	10.221,00	0,18%
	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de		
15	hilados de papel	7.160,00	0,13%
16	Café, té, yerba mate y especias	6.904,00	0,12%
17	Plástico y sus manufacturas	6.856,00	0,12%
18	Azúcares y artículos de confitería	5.092,00	0,09%
19	Cobre y sus manufacturas	4.764,00	0,09%
	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de		
20	grabación o reproducción ...	3.874,00	0,07%
21	Materias no a otra parte especificadas	3.436,00	0,06%
22	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	3.364,00	0,06%

23	Cereales	2.629,00	0,05%
24	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	2.588,00	0,05%
25	Manufacturas diversas	2.358,00	0,04%
26	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	2.305,00	0,04%
27	Plomo y sus manufacturas	2.267,00	0,04%
28	Fundición, hierro y acero	2.036,00	0,04%
29	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; ...	1.663,00	0,03%
30	Productos diversos de las industrias químicas	1.522,00	0,03%
31	Otros	16.655,00	0,30%
Total		5.556.522,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

En el año 2020 las exportaciones de frutos y frutas desde el Ecuador hacia Europa representaron el 47,17% del total de productos, seguido de pescados y crustáceos que alcanzaron el 16,57% y los preparados de pescados y crustáceos con el 13,39%. El cacao representó ventas por 5,01% de total de las exportaciones hacia destinos europeos.

Tabla 7

Importaciones Unión Europea 2020 desde Ecuador

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	2.684.562,00	47,17%
2	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	942.874,00	16,57%
3	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	761.817,00	13,39%
4	Cacao y sus preparaciones	285.376,00	5,01%
5	Plantas vivas y productos de la floricultura	241.717,00	4,25%
6	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	204.555,00	3,59%
7	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	150.253,00	2,64%

8	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	93.598,00	1,64%
9	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	88.995,00	1,56%
10	Preparaciones alimenticias diversas	77.493,00	1,36%
11	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	36.733,00	0,65%
12	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	18.601,00	0,33%
13	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	11.328,00	0,20%
14	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	10.882,00	0,19%
15	Cobre y sus manufacturas	9.936,00	0,17%
16	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	9.320,00	0,16%
17	Café, té, yerba mate y especias	7.721,00	0,14%
18	Sombreros, demás tocados, y sus partes	6.916,00	0,12%
19	Productos diversos de las industrias químicas	4.447,00	0,08%
20	Azúcares y artículos de confitería	3.783,00	0,07%
21	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	3.782,00	0,07%
22	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	3.668,00	0,06%
23	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	2.625,00	0,05%
24	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	2.524,00	0,04%
25	Plástico y sus manufacturas	2.016,00	0,04%
26	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; ...	1.792,00	0,03%
27	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	1.777,00	0,03%
28	Manufacturas diversas	1.620,00	0,03%
29	Materias no a otra parte especificadas	1.605,00	0,03%
30	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	1.590,00	0,03%
31	Otros	17.190,00	0,30%
	Total	5.691.096,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Las exportaciones hacia los mercados europeos de frutas y frutos comestibles desde Ecuador tuvieron una representación del 4,10%, considerando además que la región latinoamericana tuvo un porcentaje de participación del 22,38% de las importaciones totales

Tabla 8

Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías 2020

Grupos/Países	Dólares	Importaciones	Representación
Ecuador	2.684.562,00	47,17%	4,10%
América Latina	14.652.635,00	10,85%	22,38%
Europa	65.476.509,00	1,04%	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

El caso de los pescado y crustáceos para Latinoamérica tiene una participación del 7,94% de las importaciones europeas y Ecuador tiene una participación del 2,11%; de un mercado que representa el 0,71% de las importaciones totales.

Tabla 9

Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos 2020

Grupos/Países	Dólares	Importaciones	Representación
Ecuador	942.874,00	16,57%	2,11%
América Latina	3.551.239,00	2,63%	7,94%
Europa	44.708.176,00	0,71%	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Las preparaciones de pescado o crustáceos, donde se encuentran los atunes en lata, el mercado de las importaciones europeas es de 24,3 millones de dólares, con una participación de América Latina del 7,05% y Ecuador el 3,12%.

Tabla 10

Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos 2020

Grupos/Países	Dólares	Importaciones	Representación
Ecuador	761.817,00	13,39%	3,12%
América Latina	1.720.455,00	1,27%	7,05%
Europa	24.392.005,00	0,39%	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

El cacao y sus preparaciones representa un mercado de 30.7 millones de dólares en Europa (0.49% de las exportaciones totales, que para América Latina representan un 2,1% y para Ecuador una participación del mercado de 0,93%

Tabla 11

Cacao y sus preparaciones

Grupos/Países	Dólares	Importaciones	Representación
Ecuador	285.376,00	13,39%	0,93%
América Latina	644.654,00	0,48%	2,10%
Europa	30.748.619,00	0,49%	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Con respecto a estos productos y su relación con las exportaciones totales durante el 2020, Los pescados y crustáceos representan el 20,6% de las exportaciones totales y las exportaciones hacia destinos europeos, son el 64,5% más del 50% de la producción destinada a exportación. En el caso de las frutas y frutos comestibles, Europa importa el 24,2% de la producción ecuatoriana; las preparaciones de pescado y crustáceos (enlatados) se envían a Europa el 63,7%; y el 30.5% para cacao y sus preparaciones.

Tabla 12

Comparación entre exportaciones al mundo y a Europa Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Exportaciones	Porcentaje	Exportaciones a Europa	Porcentaje
1	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	4.162.792,00	20,6%	2.684.562,00	64,5%
2	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	3.891.965,00	19,2%	942.874,00	24,2%
3	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1.196.114,00	5,9%	761.817,00	63,7%
4	Cacao y sus preparaciones	935.024,00	4,6%	285.376,00	30,5%

5	Plantas vivas y productos de la floricultura	845.741,00	4,2%	241.717,00	28,6%
6	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	822.247,00	4,1%	88.995,00	10,8%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Ruedas de negocios, ferias y otras actividades de promoción de exportaciones

Macro rueda de negocios

Uno de los proyectos bandera del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca ha sido la “Coordinación y ejecución de Macro ruedas de negocios para la generación de oportunidades comerciales para el sector exportador del Ecuador” proyecto con un costo de USD 2,335,510.51, con una inversión de \$ 457,500.01 para el año 2019, que calculó proyecciones de ventas por \$300 millones de dólares y un crecimiento de 4% sobre las exportaciones de años anteriores.

A continuación, se analizan los indicadores del proyecto y su alcance de las actividades de la octava macro rueda del 2019.

Tabla 13

Indicadores VIII Macro rueda de negocios 2019

Indicador	Meta	Resultado	Porcentaje de cumplimiento
Monto de ventas generado	304.000.000,00	346.257.421,00	113,9%
Estrategias implementadas	1	1	100,0%
Ruedas de negocio ejecutadas	2	2	100,0%
Número de empresas exportadoras que participaron	600	556	92,7%
Número de empresas importadoras	205	183	89,3%
Número de participación de MIPYMES	519	488	94,0%

Número de participantes de Economía Popular y Solidaria	52	27	51,9%
---------------------------------------------------------	----	----	-------

Fuente: MPCEIP. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/K002-MPCEIP-Coordinaci%C3%B3n-y-Ejecuci%C3%B3n-de-Macro-ruedas-de-NegocioS.pdf>

De los 20 sectores productivos participantes, acuicultura registró las mayores estimaciones de ventas con USD 155 millones, en segundo lugar, se ubicó los productores de semielaborados de cacao y chocolate con USD 51 millones, el sector de la pesca con USD 50 millones y la agroindustria con 20 millones

En esta macro rueda asistieron compradores de más 37 países, avalados por las 34 oficinas y antenas comerciales de PRO ECUADOR en el exterior, donde fue un hito la participación de Finlandia por primera vez.

La marco rueda de negocios Aromas del Ecuador tuvo expectativas de negocios por USD 28,768,000, con un 50% de estas negociaciones que se concreten a largo plazo, para ser sostenidas. El principal destino de la comercialización de cacao y elaborados fue Estados Unidos, y por parte de Europa Países Bajos, Alemania y Rusia.

Con la llegada del Covid -19, las macro ruedas de negocios, no se pudieron ejecutar en el 2020, aunque realizaron actividades virtuales con diferentes gremios, denominada “Ecuador Open for Business”, que alcanzó \$ 1.8 millones de estimación de ventas, 210 citas de negocios, 96 exportadores y 33 compradores de Reino Unido y Unión Europea.

En conjunto con Corpei, en el mismo año se desarrolló la “Rueda Virtual de Negocios & Networking”, con estimación de ventas por \$ 14.1 millones, 331 citas de negocios, 69 exportadores y 57 compradores de la Unión Europea y Reino Unido. Una empresa de acuicultura logró cerrar ventas con una empresa de Bélgica por \$116.000.

Fedexpor, junto con MPCEIP ejecutó la Feria Virtual Ecuador Food Fair – I Virtual Edition 2020”, que generó \$ 15.1 millones de estimación de ventas, 576 citas de negocios, 133 exportadores y 256 compradores, con visitantes internacionales de la Unión Europea, Reino Unido, CAN, Argentina, Chile, Brasil, Guatemala, México, Estados Unidos y Canadá.

Para el 2021 se han retomado estas estrategias de promoción, las mismas que han dado un giro hacia la virtualidad, y con ello un mayor número de macro ruedas, una cada mes enfocadas en sectores productivos distintos, es decir serán sectorizadas, los sectores productivos de los eventos son 13: Alimentos procesados / Bebidas y agroindustrias, del 29 de marzo al 01 de abril; Flores / Turismo, del 26 al 29 de abril; Plátano / Textiles y artesanías, del 17 al 21 de mayo; Pesca y acuicultura, del 21 al 24 de junio; Plásticos, cuidado personal y farmacéutico, del 27 al 30 de julio; Metalmecánica y madera, del 23 al 26 de agosto; Banano / Frutas no tradicionales, del 20 al 23 de septiembre; y, Café / Servicios, del 18 al 21 de octubre.

Economía popular y solidaria

Otro de los enfoques de la promoción de las exportaciones ha sido la de incluir a los sectores de la economía popular y solidaria para hacer frente a las exportaciones, especialmente de productos agrícolas y artesanales. En la siguiente tabla se aprecia la participación de estas asociaciones en los eventos de promoción

Tabla 14

Participación de EPS en actividades de promoción 2019

Evento	Organizaciones
Biofach 2019, Alemania	2
Global Speciality Coffee 2019, Estados Unidos	1
Summer Fancy Foods 2019, Estados Unidos	1
Asi Fruit Logistica 2019, Hong Kong	1
Rueda de negocios Aromas del Ecuador 2019	1
Rueda de negocios de banano 2019	4

Fuente: MPCEIP: <https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/ANUARIO-COMERCIO-JUSTO-2019-2020-1.pdf>

En el año 2019, se anexaron 17 organizaciones EPS que exportaron por primera vez por valore de USD 6,57 millones: Asociación ASOPROCAM de Manabí – Maní a Francia, Asociación APROCEL de Sucumbíos – Cacao en grano y Pasta de Cacao a Italia, Cooperativa Unión Cañari de Cañar – Sombreros de paja toquilla a Francia, Unión de organizaciones UOPROCAE de Esmeraldas – Cacao en grano a Italia.

En el año 2020 se agregaron 8 EPS que lograron importar por primera vez, y cerraron el año con 73 empresas exportadoras, en el año 2019 fueron 82. 24 de estas empresas que exportan tienen certificaciones internacionales que les permiten acceder a mercados con imposiciones más fuertes como el europeo. Los principales productos que exportan este tipo de empresas, son el banano, cacao y sus elaborados, vegetales frescos, artesanías, entre otras frutas y cereales frescos o procesados.

Ferias de promoción

Durante el 2019 se realizaron las siguientes ferias de promoción:

- BIOFACH 2019. - es la feria más importante para la comercialización de alimentos orgánicos, con aproximadamente 3,200 expositores de todo el mundo, promocionando una diversidad de sectores y variedad de productos certificados bajo estándares orgánico. La feria se la realizó en Núremberg- Alemania
- Natural & Organic Products Europe 2019. - es la feria internacional de productos orgánicos y naturales más grande de Europa. Este evento cuenta con la presencia de más de 700 expositores de 48 países y más de 10,570, se la realizó en Londres – Reino Unido

- SEOUL FOOD AND HOTEL 2019. - Las empresas expositoras puedan mostrar sus productos y servicios en uno de los mercados más lucrativos del mundo. La feria tuvo una participación de 1,469 expositores y más de 45,092 visitantes, de más de 47 países.
- SUMMER FANCY FOOD 2019. - es la feria más grande desde sus inicios en 1954, más de 47.000 profesionales de la especialidad de alimentos asisten a esta feria que cuenta con más de 2.670 expositores de más de 55 países, se realizó en Nueva York – Estados Unidos
- FLOWER EXPO MOSCOW 2019. - es la feria internacional que reúne importadores de flores cortadas de Rusia y países vecinos, distribuidores regionales, representantes de cadenas de distribución, floristas, diseñadores y consumidores finales, la actividad se la realizó en Moscú-Rusia
- World Food Moscow 2019. - es la feria más importante de alimentos y bebidas en Rusia desde sus inicios en 1991. Tuvo una participación de 1.560 expositores de 65 países y 30.710 visitantes de diferentes partes del mundo, esta feria se la realiza en Moscú – Rusia; esta feria tuvo dos eventos el primero orientado a banano y frutas no tradicionales y otro para pesca y acuicultura.
- CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO 2019. – Feria realizada en Qingdao – China, sobre productos del mar.

Oficinas Comerciales en el Exterior

Las oficinas comerciales en el exterior tienen como misión: “Promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; la atracción de inversión extranjera; y propiciar actividades de cooperación técnica en el ámbito del comercio exterior e inversiones en los mercados de su competencia.

En el siguiente gráfico se observan las actividades de promoción que deben realizar las oficinas comerciales en el exterior:

Gráfico 2

Estrategias de promoción de las oficinas comerciales en el exterior



Fuente: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/documento_estatuto_procesos_instituto_promocion_exportaciones_inversiones.pdf

Como se puede apreciar las actividades que realizan las Oficinas en el Exterior tiene mucha relación con las directrices de la Dirección Ejecutiva de PRO ECUADOR, que a su vez sigue lineamientos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. A continuación, se describen algunas actividades que han desarrollado las oficinas comerciales en el exterior, según planificaciones de la Dirección Ejecutiva.

Proyecto: Sistema Nacional de Atracción y Facilitación de Inversiones

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, generó un proyecto para mejorar el Sistema Nacional de atracción, considerando problemáticas de un informe de una Consultora extranjera, en la que se identificó que la información que se brinda en las oficinas de promoción de inversiones no es actualizada por lo que, al instalarse, el inversor encuentra otra realidad y termina no realizando la inversión (según el estudio 9 de cada 10 inversores interesados en Ecuador terminan no concretando la inversión), de modo que se contrató un servicio de capacitación en el año 2018 con un monto de US\$ 33,389.53, con esta estrategia pretende llegar hasta un 74% de nuevas empresas en los sectores priorizados creadas en (t) que facturan en (t) o (t+1) al menos una vez, con un crecimiento sostenido del 3% anual. La meta para el año 2020 fue del 64% la cual se pudo cumplir según los indicadores del proyecto.

Macro ruedas de negocios

En el proyecto de macro ruedas de negocios, se planteó un crecimiento del 4% de las exportaciones, como se lo describió con anterioridad, fue alcanzado en el período descrito. Las Oficinas Comerciales en el Exterior, tuvieron como función principal la validación de empresas extranjeras participantes en los mercados internacionales, además de gestionar traslados internos, alojamiento y demás aspectos logísticos en conjunto con el encargado de la Coordinación general de la Rueda de Negocios.

Luego de que se desarrollen estas ferias las Oficinas Comerciales en Exterior, tuvieron como objetivo: realizar un seguimiento a las ventas de los exportadores por territorio; como a las Oficinas Comerciales alrededor del mundo para ejecutar un seguimiento a los compradores en su país de origen.

Las Oficinas Comerciales deben generar un informe de seguimiento a las ventas proyectadas de las ruedas de negocio a la Dirección de promoción de

Exportaciones, quien evaluará los resultados obtenidos a nivel de sector productivo, territorio como por país comprador.

Incrementar la inserción estratégica económica y comercial del país en el mundo

En el año 2019 las Oficinas Comerciales en el Exterior tuvieron como propósito aumentar la inserción del Ecuador en el mundo con los siguientes resultados:

Tabla 15

Indicadores de cumplimiento de Oficinas Comerciales en el Exterior 2019

Indicador	Meta	Resultado	Cumplimiento (%)
Monto FOB de exportaciones no petroleras en la Red de Oficinas Comerciales	US\$ 9,301,741.7	US\$ 9,809,147.49	100
Volumen de exportaciones no petroleras en la Red de Oficinas Comerciales	8.540.401,5	8.345.459	97,72

Fuente: https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Informe_Gestion_MPCEIP_.pdf

Promociones de servicios de turismo

Desde el año 2019, Ecuador empezó a ofertar el portafolio turístico que tiene el Mintur y los de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. De este se amplía la oferta hacia países como Londres, Dubái, Los Ángeles, Tokio, entre otros. La promoción turística también se empezó a realizar entre las más de 60 ferias de promoción comercial a las que el país asiste anualmente en todo el mundo.

La actividad turística es la tercera fuente de ingreso de divisas en el país, luego del banano y el camarón. El turismo generó aportes por \$ 1.879 millones al ingreso de divisas en 2018. En el mismo año el aporte directo del turismo al PIB fue de más de \$ 2.400 millones, que representan el 2,3%.

Fichas técnicas de países analizados

Las fichas técnicas de los países son una gran herramienta de actualización de información de los países además de recoger los principales productos que representan oportunidades comerciales, según los países analizados las fichas se encuentran actualizadas según las siguientes tablas:

Tabla 16

Fichas Técnicas actualizadas

País	Mes actualización	Año de actualización
España	Abril	2019
Países Bajos	Julio	2019
Alemania	Septiembre	2020
Francia	Enero	2020
Italia	Octubre	2020
Reino Unido	Noviembre	2020
Suiza	Septiembre	2020
Perfil del consumidor europeo		2020

Fuente: Elaboración propia

Exportaciones hacia Alemania

Tabla 17

Importaciones de Alemania desde Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrinos (cítricos), melones o sandías	240.224,00	48,46%
2	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	76.515,00	15,43%
3	Cacao y sus preparaciones	61.789,00	12,46%
4	Preparaciones alimenticias diversas	21.041,00	4,24%
5	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	19.968,00	4,03%
6	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	15.845,00	3,20%
7	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	14.611,00	2,95%
8	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	9.209,00	1,86%
9	Plantas vivas y productos de la floricultura	8.164,00	1,65%
10	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	8.031,00	1,62%
11	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	4.381,00	0,88%

Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos		
12 preparados para animales	2.826,00	0,57%
13 Café, té, yerba mate y especias	2.435,00	0,49%
14 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	1.557,00	0,31%
15 Sombreros, demás tocados, y sus partes	1.488,00	0,30%
Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos		
16 y demás materias colorantes; ...	1.140,00	0,23%
Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten		
17 de trigo	1.039,00	0,21%
18 Materias no a otra parte especificadas	1.018,00	0,21%
19 Cobre y sus manufacturas	947,00	0,19%
Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su		
20 desdoblamiento; grasas alimenticias ...	569,00	0,11%
21 Caucho y sus manufacturas	410,00	0,08%
22 Azúcares y artículos de confitería	307,00	0,06%
Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas		
23 industriales o medicinales; ...	273,00	0,06%
24 Plástico y sus manufacturas	271,00	0,05%
25 Cereales	248,00	0,05%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares,		
26 calderas; partes de estas máquinas ...	211,00	0,04%
Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de		
27 tocador o de cosmética	174,00	0,04%
28 Pieles (excepto la peletería) y cueros	138,00	0,03%
Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de		
29 medida, control o precisión; ...	137,00	0,03%
30 Productos químicos orgánicos	136,00	0,03%
31 Otras	644,00	0,13%
Total	495.746,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

En el año 2020, las importaciones de Alemania desde Ecuador fueron de 495.746,00, donde el principal producto fueron los frutos y frutas comestibles con el 48,46%, seguida de las preparaciones con pescado y crustáceos del 15,43% y luego el Cacao y sus preparados con el 12,46%

Exportaciones hacia Francia

Tabla 18

Importaciones de Francia desde Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	248.430,00	56,86%

Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	73.349,00	16,79%
2 Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	52.605,00	12,04%
3 Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	23.743,00	5,43%
4 Cacao y sus preparaciones	15.997,00	3,66%
5 Plantas vivas y productos de la floricultura	8.554,00	1,96%
6 Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	2.723,00	0,62%
7 Café, té, yerba mate y especias	2.362,00	0,54%
8 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	1.603,00	0,37%
9 Sombreros, demás tocados, y sus partes	1.072,00	0,25%
10 Preparaciones alimenticias diversas	1.034,00	0,24%
11 Productos diversos de las industrias químicas	1.005,00	0,23%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	760,00	0,17%
13 Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	452,00	0,10%
14 Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	438,00	0,10%
15 Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	336,00	0,08%
16 Azúcares y artículos de confitería	302,00	0,07%
17 Cereales	265,00	0,06%
Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	212,00	0,05%
19 Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	156,00	0,04%
20 Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas	154,00	0,04%
21 Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos ...	150,00	0,03%
22 Materias no a otra parte especificadas	143,00	0,03%
23 Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	139,00	0,03%
24 Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	114,00	0,03%
25 Plástico y sus manufacturas	96,00	0,02%
26 Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	94,00	0,02%
27 Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de metal precioso, de elementos ...	82,00	0,02%
28 Los demás productos de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte	68,00	0,02%
29 Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	63,00	0,01%
30 Otras	437,00	0,10%
Total	436.938,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Las exportaciones de Ecuador a Francia en el 2020 fueron valores de \$436.938,00 dólares americanos, donde el principal producto fue Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos con el 56.86%; en segundo lugar, frutas y frutos comestibles 16,79% y tercero las preparaciones con pescado y moluscos (el caso de enlatados) con el 12,04%

Exportaciones hacia Países bajos

Tabla 19

Importaciones de Países Bajos desde Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	125.744,00	23,13%
2	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	121.204,00	22,30%
3	Plantas vivas y productos de la floricultura	112.232,00	20,64%
4	Cacao y sus preparaciones	90.378,00	16,62%
5	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	53.794,00	9,90%
6	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	20.482,00	3,77%
7	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	9.876,00	1,82%
8	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	3.319,00	0,61%
9	Fundición, hierro y acero	1.231,00	0,23%
10	Productos diversos de las industrias químicas	941,00	0,17%
11	Preparaciones alimenticias diversas	910,00	0,17%
12	Cereales	470,00	0,09%
13	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	415,00	0,08%
14	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	403,00	0,07%
15	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	366,00	0,07%
16	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	278,00	0,05%
17	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	226,00	0,04%
18	Café, té, yerba mate y especias	217,00	0,04%
19	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	193,00	0,04%
20	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	177,00	0,03%
21	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	145,00	0,03%
22	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	143,00	0,03%

23	Aluminio y sus manufacturas	113,00	0,02%
24	Níquel y sus manufacturas	49,00	0,01%
25	Manufacturas diversas	48,00	0,01%
26	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	48,00	0,01%
27	Sombreros, demás tocados, y sus partes	41,00	0,01%
28	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	40,00	0,01%
29	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	30,00	0,01%
30	Animales vivos	30,00	0,01%
31	Otras	92,00	0,02%
	Total	543.635,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Los países bajos tuvieron un valor de importación de \$543.635,00 en el 2020. El principal producto fueron las frutas y frutos comestibles con el 23,13%, luego los preparados de pescado y crustáceos con el 22,30% y en tercer lugar plantas vivas y productos de floricultura con el 20,64%.

Exportaciones hacia Reino Unido

Tabla 20

Importaciones de Reino Unido desde Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	107.788,00	45,82%
2	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrinos (cítricos), melones o sandías	62.611,00	26,62%
3	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	38.726,00	16,46%
4	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	6.971,00	2,96%
5	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	5.285,00	2,25%
6	Preparaciones alimenticias diversas	4.059,00	1,73%
7	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	2.730,00	1,16%
8	Plantas vivas y productos de la floricultura	1.571,00	0,67%
9	Café, té, yerba mate y especias	863,00	0,37%
10	Sombreros, demás tocados, y sus partes	799,00	0,34%
11	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	694,00	0,30%
12	Plástico y sus manufacturas	545,00	0,23%

13	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	460,00	0,20%
14	Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos ...	457,00	0,19%
15	Cacao y sus preparaciones	310,00	0,13%
16	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	254,00	0,11%
17	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	174,00	0,07%
18	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	135,00	0,06%
19	Cereales	116,00	0,05%
20	Azúcares y artículos de confitería	110,00	0,05%
21	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	89,00	0,04%
22	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	68,00	0,03%
23	Animales vivos	64,00	0,03%
24	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	47,00	0,02%
25	Materias no a otra parte especificadas	38,00	0,02%
26	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	35,00	0,01%
27	Manufacturas diversas de metal común	26,00	0,01%
28	Níquel y sus manufacturas	22,00	0,01%
29	Manufacturas diversas	21,00	0,01%
30	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	19,00	0,01%
31	Otras	133,00	0,06%
	Total	235.220,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Para Reino Unido, las importaciones desde Ecuador representaron en el 2020, \$235.220,00 de dólares americanos, las preparaciones de pescado y crustáceos con el 45,82%; y en segundo lugar frutas y frutos comestibles 26,62%, y Pescados y crustáceos, en el 16,46%

Exportaciones hacia Suiza

Tabla 21

Importaciones de Suiza desde Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	143.345,00	65,50%
2	Cacao y sus preparaciones	33.917,00	15,50%
3	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	18.446,00	8,43%
4	Plantas vivas y productos de la floricultura	11.132,00	5,09%
5	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	4.707,00	2,15%
6	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	1.862,00	0,85%
7	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	1.245,00	0,57%
8	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	652,00	0,30%
9	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	480,00	0,22%
10	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	421,00	0,19%
11	Café, té, yerba mate y especias	387,00	0,18%
12	Productos farmacéuticos	302,00	0,14%
13	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	215,00	0,10%
14	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	193,00	0,09%
15	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	188,00	0,09%
16	Preparaciones alimenticias diversas	188,00	0,09%
17	Sombreros, demás tocados, y sus partes	161,00	0,07%
18	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	156,00	0,07%
19	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	143,00	0,07%
20	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	113,00	0,05%
21	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	89,00	0,04%
22	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos ...	52,00	0,02%
23	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	51,00	0,02%

24	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa, de metal común, partes ...	41,00	0,02%
25	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	39,00	0,02%
26	Productos diversos de las industrias químicas	36,00	0,02%
27	Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos ...	34,00	0,02%
28	Plástico y sus manufacturas	33,00	0,02%
29	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	29,00	0,01%
30	Objetos de arte o colección y antigüedades	23,00	0,01%
31	Otras	153,00	0,07%
	Total	218.833,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

En Suiza, en 2020 se tuvo un valor de importaciones de \$218.833,00 dólares, fueron para perlas naturales o artificiales, piedras preciosas o semipreciosas, con el 65.50%; en segundo lugar, el cacao y sus derivados con el 15,50%; las frutas y frutos representaron un 8.3%

Exportaciones hacia España

Tabla 22

Importaciones de España desde Ecuador 2020

No	Descripción del producto	Dólares	Porcentaje
1	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	277.606,00	46,65%
2	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	208.825,00	35,09%
3	Plantas vivas y productos de la floricultura	28.174,00	4,73%
4	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	23.028,00	3,87%
5	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	11.872,00	2,00%
6	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	10.659,00	1,79%
7	Cacao y sus preparaciones	10.553,00	1,77%
8	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	5.049,00	0,85%
9	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	2.816,00	0,47%
10	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	2.349,00	0,39%
11	Preparaciones alimenticias diversas	1.846,00	0,31%

12	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	1.527,00	0,26%
13	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	1.467,00	0,25%
14	Cobre y sus manufacturas	1.106,00	0,19%
15	Azúcares y artículos de confitería	1.037,00	0,17%
16	Sombreros, demás tocados, y sus partes	728,00	0,12%
17	Manufacturas diversas	683,00	0,11%
18	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería	670,00	0,11%
19	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en ...	655,00	0,11%
20	Aluminio y sus manufacturas	626,00	0,11%
21	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	571,00	0,10%
22	Productos diversos de las industrias químicas	489,00	0,08%
23	Café, té, yerba mate y especias	453,00	0,08%
24	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	419,00	0,07%
25	Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos ...	323,00	0,05%
26	Fundición, hierro y acero	317,00	0,05%
27	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	213,00	0,04%
28	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; ...	200,00	0,03%
29	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas	162,00	0,03%
30	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	105,00	0,02%
31	Otras	538,00	0,09%
	Total	595.066,00	100,00%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

España tuvo importaciones por \$595.066,00 desde Ecuador en el 2020, con el principal producto pescados y crustáceos, con el 46,65%; y las preparaciones de pescado y crustáceos con el 35.9%, en tercer lugar, Plantas vivas y productos de la floricultura con el 4,73%

Porcentaje de variación de exportaciones a Europa

Tabla 23

Variación de importaciones 2020

País	2018	2019	2020	Porcentaje	Porcentaje de	Porcentaje de	Porcentaje de
------	------	------	------	------------	---------------	---------------	---------------

					variación 2018-2019	variación 2019-2020	variación 2018-2020
Francia	443.152,00	414.983,00	436.938,00	7,68%	-6,79%	5,02%	-1,42%
Alemania	596.878,00	501.157,00	495.746,00	8,71%	-19,10%	-1,09%	-20,40%
Países Bajos	362.083,00	501.632,00	543.635,00	9,55%	27,82%	7,73%	33,40%
Reino Unido	203.377,00	178.617,00	235.218,00	4,13%	-13,86%	24,06%	13,54%
Suiza	75.076,00	315.720,00	218.834,00	3,85%	76,22%	-44,27%	65,69%
España	653.043,00	693.900,00	595.068,00	10,46%	5,89%	-16,61%	-9,74%
Europa	5.387.190,00	5.556.568,00	5.691.124,00	100,00%	3,05%	2,36%	5,34%

Fuente: Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Europa ha tenido un crecimiento en las importaciones desde Ecuador, con una variación de 2018 a 2019 del 3.05% y del 2019 al 2020 del 2.36%; al realizar el análisis del crecimiento desde el 2018 al 2020 de 5,34% a pesar de los efectos del Covid -19 sobre la producción, considerando además que la meta propuesta por el Ministerio fue de un crecimiento del 4% lo cual se consiguió, demostrando que las estrategias han sido adecuadas y se ha alcanzado el crecimiento esperado. Entre los países analizados el que representó un mayor porcentaje en las importaciones fue España con el 10,46%, seguido de Países Bajos con el 9,55% y Alemania con el 8,71%; el valor más bajo fue para Suiza, aunque es la de mayor crecimiento porcentual entre 2018 y 2020 (65,69%), mientras que España tuvo un decrecimiento y Alemania el mayor con el 20,40%

Análisis de la gestión de las oficinas comerciales

Tabla 24

Plan estratégico PRO ECUADOR Macro ruedas de negocios

Plan estratégico comercial	Monto de expectativas	Empresas exportadoras	Empresas Mipymes	Empresas compradoras
Macro ruedas 2016	325.400.000,00	767	591	252
Macro ruedas 2017	383.351.718,00	812	639	344
Macro ruedas 2018	374.822.013,00	788	684	319
Macro ruedas 2019	346.257.421,00	556	488	183

Fuente: [https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/PROYECTO-](https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/PROYECTO-MACRO-RUEDAS-REVISADO-SENPLADES-.pdf)

MACRO-RUEDAS-REVISADO-SENPLADES-.pdf

Se observan las características del plan estratégico de PRO ECUADOR, en función de los eventos Marco ruedas de negocios, que son los más importantes y que generan un interés mundial de inversores.

Tabla 25

Exportaciones de Ecuador a Europa como gestión de las oficinas comerciales

Gestión de oficinas comerciales	Exportaciones FOB Europa (en millones)
2016	3.734,10
2017	4.163,10
2018	4.287,30
2019	4.142,80

Fuente: BCE <https://www.bce.fin.ec/index.php/comercio-exterior>

Se puede ver que ha existido un incremento en las exportaciones hacia destinos europeos.

Comprobación de hipótesis

Tabla 26

Modelo de incidencias

Model 2: OLS, using observations 2016-2019 (T = 48)				
Dependent variable: Empresas exportadoras				
	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>
const	-771.646	1315.80	-0.5864	0,006623**
time	-157.184	77.8980	-2.018	0,002929**
Montodeexpectativ as	7.75016e-06	3.77847e-06	2.051	0,002888**
Mean dependent var	1605.750	S.D. dependent var	266.8350	
Sum squared resid	28255.68	S.E. of regression	168.0943	
R-squared	0.867719	Adjusted R-squared	0.603156	
F(2, 1)	3.279819	P-value(F)	0.363705	
Log-likelihood	-23.40127	Akaike criterion	52.80253	
Schwarz criterion	50.96141	Hannan-Quinn	48.76234	
rho	-0.813595	Durbin-Watson	3.323699	

For 95% confidence intervals, $t(1, 0.025) = 12.706$

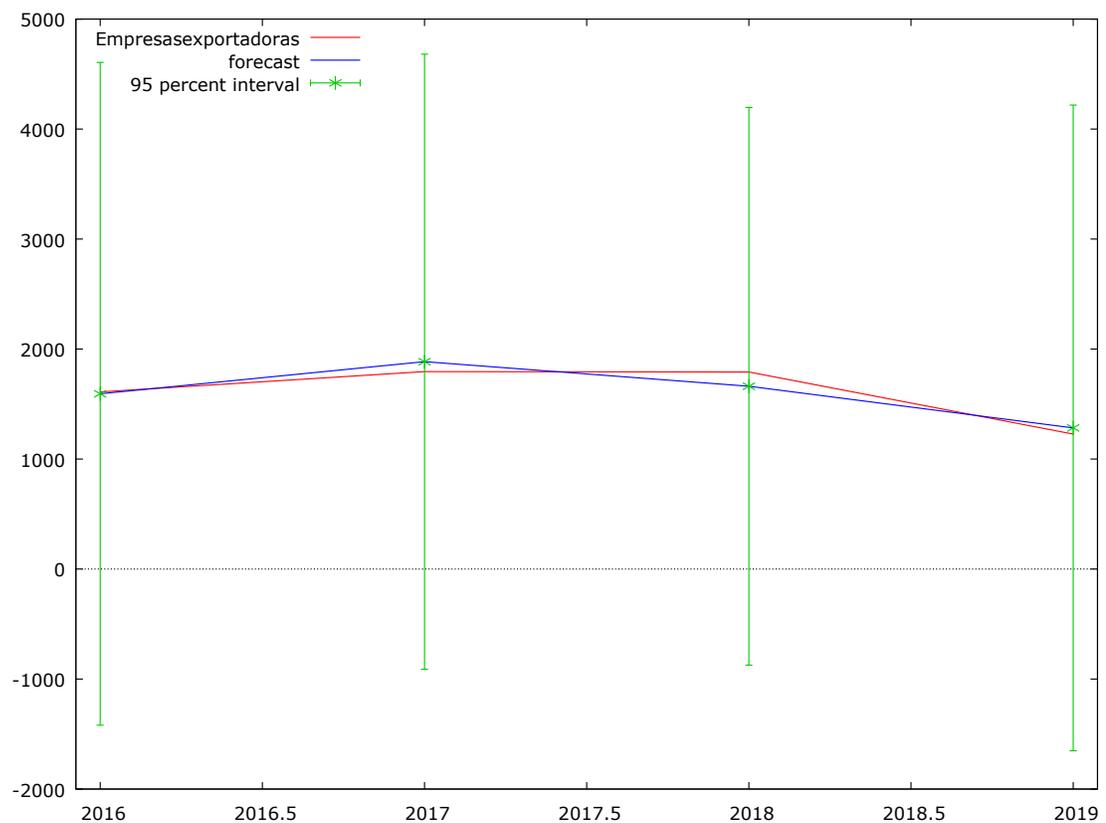
Obs	Empresasex portadoras	prediction	std. error	95% interval
2016	1610.00	1593.07	237.118	(-1419.79, 4605.94)
2017	1795.00	1885.02	220.016	(-910.544, 4680.59)
2018	1791.00	1661.73	199.503	(-873.196, 4196.66)
2019	1227.00	1283.17	230.990	(-1651.84, 4218.17)

** Estadísticamente significativas 5%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3

Modelo de incidencias por número de empresas exportadoras



Fuente: Elaboración propia

Se ejecuta un modelo de regresión lineal para establecer la relación existente entre dos variables, para este caso la gestión de las oficinas del exterior con el número de empresas exportadoras. Se observaron resultados de significancia estadística, valores menores a 0.05, lo que indica que las expectativas (gestión de las oficinas comerciales del exterior), están relacionados directamente con el número de empresas que exportan a destinos europeos.

El R^2 es de 0.86, por lo que existe una excelente correlación entre las variables. En el análisis de la predicción en el año 2016, existió un riesgo de caer por debajo de las 1.593 empresas exportadoras; para el año 2017 se aumentaron a 1.885 y en los años siguientes existió un decrecimiento considerable, con una estabilidad en 2019, esta incidencia ha resultado ser negativa, considerando las condiciones de crisis mundial y continuarán debido a los efectos sobre la economía de la pandemia.

En el gráfico predictivo se observa una cercanía bastante marcada entre las dos líneas (variables), lo que indica que la tendencia para los próximos años, con todas las complicaciones que conlleva la pandemia, va a tener una incidencia negativa.

Hallazgos

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca ha tendido un gran impacto en las exportaciones del Ecuador hacia el continente europeo, a pesar del contexto del COVID 19 durante el 2020, las exportaciones se mantuvieron con un crecimiento del 5,34% desde el 2018 al 2021; entre los principales hallazgos de la investigación se describen:

- Ecuador abarca el 0,09% de participación del mercado europeo en una economía de \$6.293.925.772,00 de dólares americanos, en la que Latinoamérica tiene un 2,10% de participación.

- Los principales productos que se exportan a Europa son: Frutas y frutos comestibles, Pescados y crustáceos, elaborados de pescado y crustáceos y cacao y sus elaborados.
- Los productos más exportados del Ecuador a Francia son: langostinos congelados, camarones y otros crustáceos, otros productos del mar y vegetales en conserva. Ecuador importa principalmente de Francia, Productos telefónicos, medicamentos, vehículos de motor y la balanza comercial ha sido favorable con 48 millones de dólares en 2019, al igual que años anteriores. El mercado potencial de Francia, se presenta para camarones y langostinos congelados, bananos frescos y secos, preparaciones y conservas de atún, cacao en grano, piñas frescas o secas y palmito en conserva.
- España ha tenido una caída en las importaciones desde Ecuador, con variación negativa desde el 2018 al 2020 de 9.74%, en 2019 la balanza comercial fue negativa (15 millones). Los principales productos que se exportan hacia España, son pescado procesado o congelado, camarones y langostinos, además de rosas frescas, se importan principalmente al país, automotores, vehículos, placas o baldosas, además de elevadores o transportadores. Los productos Existe un mercado potencial para preparados y conservas de atún, camarones y langostinos congelados, rosas, frutas frescas o congeladas.
- Suiza es un mercado que ha tenido una variación positiva, sin embargo, la balanza comercial siempre ha resultado negativa con una reducción considerable en 2020 (14 millones de dólares), en el 2017 fue de 107 millones de dólares, uno de los picos más altos. Los principales productos que se exportan desde Ecuador hacia Suiza son: oro en bruto para uso no monetario, rosas frescas,

medicamentos para uso humano; se importan principalmente medicamentos para diversas patologías incluidas VIH. Se proyectan como mercados potenciales el cacao en grano, bananos frescos, rosas frescas, camarones y langostinos, piñas frescas o secas y plátanos frescos.

- Los Países Bajos, han tenido un crecimiento de importaciones desde el Ecuador, con una balanza comercial positiva de 130 millones, como principales productos que se exportan desde Ecuador están: bananas frescas, cacao en grano, rosas frescas, atún en agua o aceite, se importa principalmente desde Países Bajos, medicamentos, papas congeladas, abonos y materiales químicos. Países Bajos, tiene como mercado potencial, banano, atún en conserva, cacao en grano, rosas, flores y capullos, además de jugos de frutas o verduras fermentadas.
- Alemania ha tenido un decrecimiento de las importaciones desde Ecuador, y desde el año 2019 la balanza comercial es negativa (34 millones), principalmente se exportan bananos pescados frescos o en conservas, cacao y banano orgánico; se importa hacia Ecuador, vehículos, medicamentos, e insumos médicos. El mercado potencial abarca el cacao en grano, manteca y grasa de cacao, bananos frescos y secos, hortalizas congeladas, productos procesados del café y atún enlatado.
- El mercado italiano, ha tenido una balanza comercial favorable para Ecuador (238 millones) a pesar del decrecimiento de las exportaciones, donde principalmente se colocan las bananas frescas, langostinos y camarones, lomo de atún precocidos y en aceite. Se importan hacia Ecuador principalmente medicamentos, placas y baldosas, muebles y papel. Los productos de mercados potenciales son el oro para uso monetario, conservas de

pescados, camarones y langostinos, banano, cacao en grano y atunes de aleta amarilla.

- Reino Unido se proyecta como un mercado en crecimiento, con una balanza comercial positiva para Ecuador (106 millones en 2020), como principales productos los pescados procesados en agua o aceite, langostinos y se importa principalmente medicamentos, Whiskies, vacunas, libros o folletos. Se aprecian como mercados potenciales la venta de bananas frescas o secas, preparaciones en atún, camarones y langostinos, hortalizas congeladas, plátanos secos o frescos y coco.
- Los esfuerzos de las oficinas de comercio exterior en Europa se centran principalmente en participación en ferias internacionales, estudios de mercado en los países donde se encuentran, y la coordinación de participantes en las macro ruedas de negocios que se realizan con bastante éxito. 2020 fue un año atípico, a pesar de esto se realizaron actividades virtuales de acercamiento con mercado extranjeros, si bien no con resultados tan amplios, pero con compromisos de reactivación posterior.
- Se ha observado una incidencia negativa en la planificación estratégica sobre los resultados esperados según el crecimiento de número de empresas desde el año 2016 hasta el año 2019, lo que indica que no se están consiguiendo los resultados que se planteó el gobierno.

Conclusiones

El 28,14% de las exportaciones que realiza el Ecuador son como destino hacia países europeos, identificando la importancia comercial de este mercado y lo prioritario de tener oficinas en el exterior para realizar actividades de promoción con el fin de aumentar y fortalecer las relaciones comerciales a largo plazo, especialmente de los productos que han aumentado su demanda a nivel mundial y que se producen en el País.

El mercado europeo ha mostrado apertura hacia productos ecuatorianos como frutas tradicionales como el banano, y productos del mar, que incluye pescados, mariscos y crustáceos, además de frutas exóticas como la uvilla o la pitahaya y las flores frescas especialmente en temporada invernal en Europa. Otros de los productos de los cuales se busca lograr un adecuado posicionamiento es el cacao, que en la variedad fino y de aroma, lidera las exportaciones al continente.

Existen actividades de promoción de las exportaciones de productos ecuatorianos como las denominadas Macro ruedas de Negocios que desde el 2012 se han realizado con éxito por lo general 2 actividades macros al año, donde las oficinas del exterior deben buscar empresas interesadas en importar y luego se desarrolla un evento logrando citas comerciales y promesas de compras de los productos, esta actividad se realizó hasta el 2019, logrando cumplir con el presupuesto y superar los 300 millones de dólares. Durante el 2020 no se realizaron estos eventos, los mismos que se han retomado en el 2021 en la modalidad virtual y en un formato de 1 mensual para atender grupos de productos de forma focalizada. Las metas de crecimiento en las exportaciones del Ecuador fueron de 4%, y para el continente europeo se alcanzó para el año 2020, un crecimiento del 5,34% en relación al 2018, y con países que han mostrado apertura comercial, lo que demuestra que se está realizando un trabajo que influye en las exportaciones ecuatorianas a Europa.

Otra de las actividades que realiza el Ministerio a través de PROECUADOR son las ferias de promoción de productos donde se organiza la participación de productores ecuatorianos incluidos los de Economía Popular y Solidaria que generan grandes oportunidades para los exportadores, con mucha importancia en Europa, de modo que de 7 ferias en las que se participó 4 fueron en este continente.

PROECUADOR, junto con otros organismos de promoción como CORPEI han desarrollado otras actividades para lograr acercar a los productores ecuatorianos con mercados para la exportación, además de generar estudios de mercado por países y asesorar de forma local, siguiendo la ruta del exportador, a las empresas locales para certificaciones internacionales que les permitan llegar estos mercados, de modo que la gestión que se realiza es mucho mayor a los eventos directos.

La planificación estratégica de las oficinas comerciales del exterior, según el modelo de incidencias, ha resultado tener una tendencia negativa en los últimos años, de modo que se han afectado el número anual de empresas exportadoras, siendo un revés importante a las metas establecidas por el gobierno, lo cual hace necesario establecer planes de acción y mejora para lograr la apertura de nuevos mercados y las exportaciones de los productos ecuatorianos que tienen mayor demanda en Europa; el tratado comercial entre la Unión Europea y Ecuador, ha permitido que se puedan analizar el ingreso de nuevos productos hacia destinos europeos, sin embargo, podrán verse afectados por la cantidad de requisitos de normativas de calidad, a lo que los productores locales, no siempre tienen los recursos ni el interés por generar mejoras en sus procesos.

Recomendaciones

Realizar un estudio orientado hacia las actividades de capacitación y promoción de los exportadores ecuatorianos, puesto que muchas de las restricciones de ingreso de los productos del país es la falta de certificaciones que se exigen desde los países de destino, especialmente los europeos, de modo que es necesario conocer cómo los productores ecuatorianos reciben soporte y asesoría de parte de los entes gubernamentales.

Visualizar los logros alcanzados por las asociaciones de economía popular y solidaria en temas de exportación para poder gestionar nuevos emprendimientos, especialmente en la costa ecuatoriana debido a la producción de frutas y frutos comestibles tanto tradicionales como exóticos que son de gran demanda en Europa para fomentar el cultivo y la exportación

Realizar una investigación sobre otros mercados no tradicionales a los que puedan acceder los exportadores ecuatorianos, como Finlandia, que empezó a participar de las macro ruedas en el año 2019, para conocer sus mercados y necesidades y lograr concretar ventas de los productores ecuatorianos.

Se deben centrar los esfuerzos de las oficinas comerciales del exterior en lograr un incremento significativo de socios de negocios en Europa para los productos ecuatorianos, para esto es necesario que se establezcan incentivos para lograr que los productores nacionales puedan lograr tener certificaciones de calidad o de productos orgánicos que les permitan introducirse en mercados europeos, puesto que actualmente tienen dificultades para lograr acceder a dichos mercados, puesto que los requerimientos de Europa son muy rigurosos; por lo que se necesita soporte para certificaciones internacionales.

Referencias

- Alvarado, M. (2020). Impacto de exportaciones primarias en el crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico desde Cobb Douglas, período 2000. *INNOVA Research Journal*, 206-217.
- Cámara de Comercio de Quito. (2020). La Unión Europea sigue siendo el mercado más importante de Ecuador para sus productos no petroleros.
- Cevallos, P. (2019). *Análisis de la evolución de las exportaciones no petroleras de Ecuador, 2008 -2018*. Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Coba, G. (2019). Logo Primicias SUSCRÍBASE Home Política Economía Sociedad Tecnociencia En Exclusiva Lo último Firmas y Análisis Jugada Videos Buscar en contenido Aguacate, piña y orquídeas ganan mercado en la Unión Europea Economía Autor: Gabriela Coba Actualizada: 28 No. *Primicias*.
- Cordero, C. (2020). Ferias Internacionales patrocinadas por PROECUADOR y la percepción de las empresas participantes. *CEPAL*.
- El Universo. (2016 de Septiembre de 2020). *Los motores económicos del país en 99 años: La década del 60 vio nacer a Ecuador como primer exportador mundial de banano*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/15/nota/7978264/banano-historia-motor-economia/>
- Enríquez, C. (2020). Un producto sostiene el 28,5% de las exportaciones no petroleras. *Primicias*.
- Mesías, R. (2019). El acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea y el comportamiento de las exportaciones ecuatorianas. *Universidad Andina Simón Bolívar*.

- Ojeda, L. (2017). *Análisis de factores relacionados a la deserción de los usuarios del segmento denominado “amarillos” de la ruta PRO ECUADOR de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ontaneda, I. (2020). *Informe Mensual de Comercio Exterior, Agosto 2020*. Quito: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.
- Ordoñez, D. (2012). El intercambio comercial del Ecuador: Análisis del intercambio de bienes desde la Colonia hasta la actualidad. *Eumed*.
- Primicias. (2020). Ecuador exportó 250 nuevos productos a Europa desde la vigencia del acuerdo.
- PRO ECUADOR. (2021). *¿Qué es PRO ECUADOR?* . Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/>
- PRO ECUCADOR. (2021). *Oficinas Comerciales en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/contactos-2/#1518122403724-e3cf83b8-6a6e>
- Reina, J. (2015). *Análisis de la ruta aplicada por PROECUADOR para promover las exportaciones en la provincia de Esmeraldas*. Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Tonon, L. (2010). Las exportaciones ecuatorianas tras diez años de dolarización y el papel de CORPEI. *Unviersidad Verdad*, 127-159.
- Vistazo. (8 de Enero de 2020). *¿Cuál es el protagonismo del petróleo en la economía de Ecuador?* Obtenido de <https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/cual-es-el-protagonismo-del-petroleo-en-la-economia-de-ecuador-HYVI163721>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Mosquera Mendoza Rommel Gabriel, con C.C: # 0929662302 autor/a del trabajo de titulación: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LAS OFICINAS COMERCIALES ECUATORIANAS EN EUROPA Y SU INCIDENCIA EN EL PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión Empresarial Internacional en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 25 de agosto del 2021

f. Rommel Mosquera

Nombre: Mosquera Mendoza Rommel Gabriel

C.C: **0929662302**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LAS OFICINAS COMERCIALES ECUATORIANAS EN EUROPA Y SU INCIDENCIA EN EL PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR		
AUTOR(ES)	Rommel Gabriel Mosquera Mendoza		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. FÉLIX MIGUEL CARRERA BURI		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Carrera Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de agosto del 2021	No. DE PÁGINAS:	77 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Exterior, Balanza Comercial, Exportaciones e Importaciones		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Exports, Europe, Foreign Trade Offices, PRO ECUADOR, Commercial management.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El mercado europeo para las exportaciones de productos ecuatorianos es uno de los más importantes para el país, considerando cerca del 30% de las exportaciones totales y el acuerdo comercial que se firmó a partir de 2017 con la Unión Europea (27), debido a que a esto, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca promueve actividades de promoción de productos ecuatorianos a diferentes países y bloques comerciales del mundo, a través de PRO ECUADOR, la agencia dirigida para estas actividades de la que dependen las Oficinas de Comercio Exterior. Este proyecto tuvo como objetivo evaluar la gestión de las oficinas comerciales ecuatorianas en Europa y su impacto en el plan estratégico de exportación del Ecuador, mediante análisis estadístico y documental para poder identificar lineamientos y rutas de trabajo del sector exportador durante los años 2019 y 2020, un análisis documental de fuentes como PRO ECUADOR, Trade MAP y el MPCEIP, donde mostró un crecimiento de 5.34% en las exportaciones a Europa, desde 2020, para una meta del 4% establecida por el Ministerio, también se analizaron las estrategias que se están llevado a cabo para lograr la promoción de los productos.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-979484418	E-mail: rommelmosquera1998@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Mgs.		
	Teléfono: +593-4-3804601 Ext. 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			