



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TÍTULO:

**“ESTUDIO COMERCIAL Y LOGÍSTICO PARA LA EXPORTACIÓN
DE TILAPIA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS”**

AUTORAS:

**Cabrera Pazán, Karla Georgina
Ortiz Aguirre, Yuliana Michelle**

**Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTORA:

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Karla Georgina Cabrera Pazán y Yuliana Michelle Ortiz Aguirre**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTORA

Ing. Teresa Susana Knezevich Pilay, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Teresa Susana Knezevich Pilay, Mgs.

Guayaquil, a los 19 del mes de Marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Karla Georgina Cabrera Pazán y Yuliana Michelle Ortiz Aguirre**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **ESTUDIO COMERCIAL Y LOGÍSTICO PARA LA EXPORTACIÓN DE TILAPIA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS** previa a la obtención del Título de **INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 19 del mes de Marzo del año 2015

LAS AUTORAS:

Karla Georgina Cabrera Pazán

Yuliana Michelle Ortiz Aguirre



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Karla Georgina Cabrera Pazán y Yuliana Michelle Ortiz Aguirre**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **ESTUDIO COMERCIAL Y LOGÍSTICO PARA LA EXPORTACIÓN DE TILAPIA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 del mes de Marzo del año 2015

LAS AUTORAS:

Karla Georgina Cabrera Pazán

Yuliana Michelle Ortiz Aguirre

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestra gratitud con Dios por nunca dejarnos desfallecer de nuestros sueños, y permitirnos culminar con éxito esta etapa de nuestras vidas. A ti Padre Celestial, también agradecemos la dicha de tener unos padres que nos brindan su amor infinito.

Gracias padres por anteponer nuestras prioridades frente a las vuestras, valoramos vuestros esfuerzos y sacrificios para ayudarnos a conseguir cada uno de nuestros anhelos, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible. Son nuestro mejor trofeo, los amamos.

De igual manera, queremos mostrar nuestro más sincero agradecimiento a la Ing. Teresa Knezevich, por la atención y dedicación prestada al siguiente trabajo de titulación.

KARLA GEORGINA CABRERA PAZÁN
YULIANA MICHELLE ORTIZ AGUIRRE

DEDICATORIA

A Jehová Dios por llenarnos de sabiduría y conocimiento para poder llevar a cabo esta meta. A nuestros padres y familiares por su constante motivación para cumplir nuestros objetivos y sembrar en nuestros corazones la importancia de progresar profesionalmente.

Dedicamos esta tesis a nuestros amigos y compañeros quienes nos han acompañado durante esta etapa universitaria de retos constantes y que juntos hemos logrado sobrellevar cada uno de ellos.

KARLA GEORGINA CABRERA PAZÁN
YULIANA MICHELLE ORTIZ AGUIRRE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

**Ing. Teresa Susana Knezevich Pilay, Mgs.
TUTORA**

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
1. Generalidades de la Investigación	2
1.1. Antecedentes	2
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.2.1. Descripción de la Problemática	3
1.2.2. Formulación del Problema	3
1.3. Objetivos	4
1.3.1. General	4
1.3.2. Específicos	4
1.4. Hipótesis	4
1.5. Justificación	4
1.6. Delimitación de la Investigación	5
1.6.1. Alcance geográfico	5
1.6.2. Nivel de Profundidad	5
CAPÍTULO 2	6
2. Marco Referencial	6
2.1. Bases Conceptuales	6
2.2. Metodología	13
2.2.1. Tipo de estudio	13

2.2.2.	Métodos de investigación	13
2.2.3.	Métodos y técnicas de recolección y análisis de datos	13
2.2.4.	Fuentes de datos de información.....	14
2.2.5.	Definición de las Variables	15
CAPÍTULO 3.....	16	
3. Análisis de la Oferta Nacional	16	
3.1.	Objetivo	16
3.2.	Descripción de la Tilapia.....	16
3.3.	Cadena Productiva	17
3.4.	Zonas de Producción.....	19
3.5.	Exportaciones Mundiales de Tilapia ecuatoriana	20
3.6.	Destinos de Exportación	21
3.7.	Exportaciones de Tilapia hacia Estados Unidos	22
3.8.	Comercio entre Ecuador – Estados Unidos	23
3.8.1.	Contexto General	23
3.8.2.	Exportaciones.....	24
3.8.3.	Acuerdos Comerciales.....	26
3.9.	Análisis PESTL de Ecuador.....	27
3.9.1.	Político – Legal.....	27
3.9.2.	Económico.....	29
3.9.3.	Social	30
3.9.4.	Tecnológico	31
3.10.	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	31
3.10.1.	Rivalidad entre Competidores	31
3.10.2.	Competencia Potencial	31
3.10.3.	Productos Sustitutos	32
3.10.4.	Proveedores	33

3.10.5.	Compradores	34
3.11.	Análisis FODA de la Industria Nacional	34
3.11.1.	Fortalezas	34
3.11.2.	Oportunidades	36
3.11.3.	Debilidades	37
3.11.4.	Amenazas	37
3.12.	Conclusiones	38
CAPÍTULO 4.....	39	
4. Comercialización en Estados Unidos.....	39	
4.1.	Objetivo	39
4.2.	Antecedentes del Mercado	39
4.3.	Importaciones de Tilapia hacia Estados Unidos.....	41
4.4.	Países Proveedores de Tilapia a Estados Unidos	44
4.5.	Exportaciones Estadounidenses de Tilapia	46
4.6.	Segmentación de Mercado	47
4.7.	Hábitos de Consumo y Conducta del Consumidor.....	48
4.8.	Tamaño del mercado.....	50
4.9.	Presentación del Producto.....	51
4.10.	Cadena de Suministro.....	52
4.11.	Conclusiones	54
CAPÍTULO 5.....	55	
5. Estudio Logístico	55	
5.1.	Objetivo	55
5.2.	Normas y requisitos para la importación de tilapia desde Estados Unidos.....	55
5.2.1.	Declaración y Licencia de Importación	55
5.2.2.	Pasos para llenar la declaración de Importación o Exportación de Pescado o Fauna	56

5.2.3.	Registro del Establecimiento en la FDA.....	57
5.2.4.	Requisitos específicos para los pescados importador – FDA.....	57
5.2.5.	Envío de Aviso Previo.....	59
5.2.6.	Otros requisitos del importador – FDA.....	60
5.2.7.	Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios	61
5.2.8.	Reglamentos Técnicos	62
5.2.9.	Partidas y Barreras Arancelarias	63
5.3.	Trámites Aduaneros y Procesos Logísticos para la exportación de tilapia a Estados Unidos	65
5.3.1.	Registro del Exportador	65
5.3.2.	Transmisión de la DAE	66
5.3.3.	Proceso de Exportación.....	67
5.3.4.	Requisitos solicitados por el país importador.....	70
5.3.5.	Transporte de mercancías	71
5.4.	Conclusiones	77
6.	CONCLUSIONES	79
7.	RECOMENDACIONES	81
8.	BIBLIOGRAFÍA	82
9.	GLOSARIO	86
10.	ANEXOS	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Serie Histórica de la Producción de Tilapia ecuatoriana	19
Tabla 2: Exportaciones Mundiales de Tilapia ecuatoriana	20
Tabla 3: Mercados importadores de tilapia cultivada en Ecuador.....	21
Tabla 4: Envíos de tilapia en sus distintas presentaciones a EE.UU	22
Tabla 5: Productos exportados por Ecuador hacia EE.UU.	24
Tabla 6: Productos importados por Ecuador desde EE.UU.	25
Tabla 7: Lista de los productos importados de mariscos y pescados por EE.UU.	32
Tabla 8: Principales proveedores de tilapia a nivel mundial	33
Tabla 9: Principales proveedores de tilapia en América Latina y el Caribe	34
Tabla 10: Valores de importación mundial de tilapia.....	35
Tabla 11: Producción de tilapia en Estados Unidos en 1998.....	40
Tabla 12: Importaciones mundiales de tilapia hacia Estados Unidos	42
Tabla 13: Principales mercados proveedores de tilapia a EE.UU.....	44
Tabla 14: Exportaciones de tilapia desde Estados Unidos	46
Tabla 15: Importaciones de Tilapia ecuatoriana por distrito aduanero en EE.UU.	47
Tabla 16: Cálculo de la demanda primaria de tilapia	50
Tabla 17: Tiempo de aviso previo	60
Tabla 18: Puertos destinos de la exportación en Estados Unidos	61
Tabla 19: Partidas y tarifas arancelarias	64
Tabla 20: Costos de aerolínea	73
Tabla 21: Gastos locales	76
Tabla 22: Rutas marítimas	76

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Agencias Reguladoras.....	9
Ilustración 2: Índice de desempeño logístico	36
Ilustración 3: Implementación plan HACCP	63

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Tilapia Nilotica cultivada en Produmar S.A.....	89
Anexo 2: Producción de alevines de Tilapia – Laboratorio de Produmar S.A...	90
Anexo 3: Sala de incubación artificial de embriones de Tilapia – Produmar S.A.	90
Anexo 4: Piscina reproductora de Tilapia nilotica – Visita a Produmar S.A.	91
Anexo 5: Empaque de pescado congelado enviado al exterior - Pescarderg...	92

RESUMEN

Estados Unidos, el mayor país importador de tilapia a nivel mundial, cuenta con Ecuador como uno de los principales proveedores del producto pesquero en el proceso de comercialización.

Ecuador, se encuentra entre los principales países productores y exportadores de tilapia hacia Estados Unidos. Sin embargo, en los últimos años, el camarón se encuentra en gran auge, llegando incluso a superar las exportaciones de banano en Ecuador.

Costa Rica y Honduras, principales países latinoamericanos exportadores de tilapia, cuentan con acuerdos como el CAFTA en la que se les concede desgravación arancelaria.

China, por su reconocimiento de productor acuícola, también es considerado uno de los principales países proveedores de tilapia a Estados Unidos. Ecuador por otra parte, cuenta con el beneficio del Régimen de la Nación más Favorecida, confiriendo al país un arancel del 0,00%.

La mayor parte de consumo de tilapia en Estados Unidos, va destinada a los hispanos y asiáticos radicados en el país. Estados Unidos, requiere el registro de los productores y exportadores ecuatorianos en sus respectivas Instituciones para mejor control y record de antecedentes del producto ecuatoriano. Ecuador posee organismos que aportan con la certificación e inspecciones de calidad de la tilapia, proporcionando confianza en el consumo del mismo.

De igual forma, la aduana ecuatoriana solicita el correcto cumplimiento de los requisitos de los exportadores, considerando los niveles de comercialización del país y exonerándolos del pago de tributos para fomentar las exportaciones.

Palabras Claves: Proceso de comercialización, CAFTA, Desgravación Arancelaria, Régimen de la Nación más Favorecida, Certificación, Pago de Tributos.

ABSTRACT

United States, the largest importer of tilapia around the world, counts with Ecuador as one of the leading suppliers of these fish product in the negotiation process.

Ecuador is one of the major producers and exporters of tilapia to the United States. However, in the last years, shrimp is arriving to its maximum level of exports, making them even exceed banana exports in Ecuador.

Costa Rica and Honduras, main Latin American exporters of tilapia, have the advantage of CAFTA agreement in which they have the benefit of tariff exonerations. China, for its recognition of aquaculture producer, is also considered as one of the main suppliers of tilapia to the United States. Ecuador in the other hand is granted with the benefit of the Most Favoured Nation Regime, establishing the country a tariff of 0.00%.

The most part of tilapia consumption in the United States, is destined to Hispanics and Asians residing in the country.

United States requires the registration of producers and Ecuadorian exporters in their institutions for a better control and record of the Ecuadorian product. Ecuador counts with organizations that provide certifications and quality inspections of tilapia, providing total confidence in its consumption.

Similarly, the Ecuadorian customs requires exporters achieve with the correct compliance of the requirements, considering the levels of ecuadorian exportations and the exoneration of taxes, in order to encourage exports.

Key Words: Negotiation Process, CAFTA, Tariff Exonerations, Most Favoured Nation Regime, Certifications, Taxes.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, Ecuador se desenvuelve en un contexto internacional invadido por la suscripción de acuerdos comerciales entre países desarrollados y en vías de desarrollo. Lo que ha ocasionado la facilitación del intercambio comercial entre los países suscriptores. No obstante, existen condiciones de acceso que no son fáciles de cumplir. Por ello, se requiere realizar una investigación de mercado que determine el grado de potencialidad del producto en destino, teniendo en cuenta las circunstancias sobre las cuales se desarrolla la negociación.

En ese mismo orden de ideas, es imperativo realizar una guía que ayude a los productores y exportadores del sector acuícola de tilapia a llevar con éxito la internacionalización de su producto al mercado estadounidense. El tema que se abordará en el siguiente trabajo es de aspecto comercial y logístico, por tanto, la metodología a emplear se reduce a describir para obtener una visión general del mercado.

Asimismo, este estudio se enfocará en la identificación y análisis de los distintos factores internos y externos de la industria que repercuten en la comercialización de la tilapia en el exterior. También, se tendrá en cuenta el comportamiento del consumidor para valorar el tamaño del mercado y determinar si hay o no una oportunidad en el país destino. Finalmente, se detallará paso a paso el proceso exportador de la tilapia a Estados Unidos.

De este modo, la importancia del tema recae en fomentar aquellas que actividades que el país puede explotar mediante la incorporación de ciencia y tecnología, brindándole un valor agregado a su producción. La tilapia es la segunda especie acuícola más cultivada en el país después del camarón.

CAPÍTULO 1

1. Generalidades de la Investigación

1.1. Antecedentes

Después del gran impacto que tuvo la industria camaronera en el año 2000 debido a la plaga de la mancha blanca, Ecuador entró en un estado de crisis económica. Dicha crisis llevó a la diversificación de la producción, y entre aquellas alternativas se expandió el cultivo de la tilapia.

Sin embargo, la producción de la misma se ha visto repercutida por el desarrollo comercial del camarón, bagre, merluza y salmón, y ello ha conllevado al abandono del cultivo de tilapia por parte de las productoras, según lo estipulado por las autoridades competentes, Pro Ecuador y Produmar S.A, principal productora de tilapia en el país.

Con respecto al volumen de producción nacional, este recurso cayó un 28% desde el 2010 al 2013, año en el que alcanzó los 23,9 millones de kilos. Igualmente, la cantidad exportada de filete fresco de tilapia, rubro de mayor exportación, también disminuyó un 54% en el 2014 hasta los 15 millones de dólares respecto al 2013, según datos del Banco Central del Ecuador (BCE).

Por otra parte, es notorio mencionar que Ecuador se caracteriza por la exportación de filete fresco de tilapia siendo Estados Unidos, su principal mercado importador; no obstante, países de la región asiática, como China, se encargan de suplir la presentación entera congelada al mercado mundial, de acuerdo a la fuente Trade Map.

Por último, la demanda mundial de tilapia se mantiene en ritmos constantes, la cantidad importada mundial de todas las presentaciones de tilapia creció un 44% entre 2012 y 2013...Ibid.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Descripción de la Problemática

Según la (Subsecretaria de Acuicultura, 2013), el cultivo de tilapia se da en 8 de las 24 provincias que tiene el Ecuador, destacando la región amazónica y litoral. Son muchas las comunidades que destinan gran parte de sus tierras a la cosecha de esta especie, sin embargo, los productores que realizan un cultivo artesanal no llegan a comercializar la tilapia en el mercado externo.

El motivo primordial que impide que se realice la internacionalización del producto es el desconocimiento del proceso de exportación y comercialización. Además, la ausencia de una infraestructura y técnicas adecuadas para la producción limitan el volumen de la oferta exportable de tilapia. Por ello, el gobierno ofrece líneas de crédito a sectores como el de la acuicultura con el objetivo de transformar la matriz productiva del país.

1.2.2. Formulación del Problema

Se desconoce la elaboración de un estudio comercial y logístico para la exportación de tilapia al mercado de Estados Unidos.

- ¿Cuál es el grado de factibilidad de la exportación de tilapia al mercado estadounidense?
- ¿Cuál es el nicho de mercado del producto a exportar?
- ¿Cuáles son las condiciones de acceso al mercado seleccionado?
- ¿Cuáles son las estrategias de entrada al país destino?
- ¿Cuál es el proceso aduanero y logístico para la exportación de tilapia?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Desarrollar un estudio comercial y logístico para el periodo 2014-2015 dirigido a la exportación de tilapia hacia el mercado de Estados Unidos.

1.3.2. Específicos

- Analizar e identificar los factores del macroentorno y microentorno del sector acuícola de la tilapia en Ecuador.
- Definir el segmento de mercado potencial del producto en Estados Unidos.
- Determinar la logística y el proceso de salida de la tilapia al mercado seleccionado.

1.4. Hipótesis

El desarrollo de un estudio comercial y logístico para la exportación de tilapia al mercado de Estados Unidos es pertinente para el éxito de la venta del recurso acuícola en el exterior.

1.5. Justificación

El propósito de este trabajo de titulación es facilitar una guía de exportación de tilapia a los distintos operadores de la cadena de valor de este producto: pequeños productores, procesadoras y exportadoras del país que deseen comercializarla en el mercado estadounidense.

Por otra parte, el presente trabajo sigue los lineamientos de investigación que expone el SINDE en congruencia con el Plan Nacional del Buen Vivir desarrollado por la SENPLADES. La línea de investigación que el proyecto de titulación aborda son producción y desarrollo económico, la cual pertenece a la

línea de investigación formativa de la carrera No.1, donde se analiza los sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador. Dichos lineamientos a su vez se circunscriben dentro del Objetivo No. 10 del Plan de Desarrollo.

Asimismo, al ser la tilapia uno de los productos no tradicionales de exportación, es imperativo promover el desarrollo del sector acuícola mediante la introducción de sus productos en mercados potenciales, por esto el Objetivo #10 del PNBV que impulsa la transformación de la matriz productiva, guarda relación con este trabajo de investigación.

1.6. Delimitación de la Investigación

1.6.1. Alcance geográfico

La Tilapia cultivada en Ecuador se exporta mayoritariamente al mercado de Estados Unidos, en particular a las ciudades de mayor consumo que son Los Ángeles, Miami y Nueva York.

1.6.2. Nivel de Profundidad

El presente estudio tiene como finalidad proporcionar un manual a los productores de tilapia que desconozcan cómo internacionalizar su producto. Del mismo modo, la viabilidad de este trabajo de investigación se limitará al aspecto comercial y logístico, no considerando estados e índices financieros que muestren la rentabilidad del producto.

CAPÍTULO 2

2. Marco Referencial

2.1. Bases Conceptuales

- **ATPDEA**

El ATPDEA (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act) es una ley en la que Estados Unidos otorga beneficios a los productos que llegan desde la zona andina como Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Este programa fue creado a fines del 2002 en reemplazo de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA, por sus siglas en inglés), del año 1991, cuyo objetivo es promover el desarrollo económico de estos países y crear alternativas a la producción de narcóticos. El régimen permite el ingreso libre de arancel al mercado estadounidense a aproximadamente 6.300 productos andinos, entre los cuales se destacan textiles, confecciones, calzado, atún, petróleo y derivados, manufacturas de cuero, etc. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2011).

- **Barreras Arancelarias**

Las barreras de tipo arancelario constituyen el cobro de impuestos o gravámenes conocidos como aranceles, a productos de origen extranjero que ingresan al territorio nacional. Estos valores son un porcentaje del costo de la mercancía que además, incluye el seguro y flete o una suma en relación a la medida de peso.

Estas limitaciones tienen como propósito frenar o desalentar el ingreso de cierta mercadería para de esa forma, fomentar el consumo de la producción local, según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2011).

Existen dos tipos de aranceles, los ad-valorem y los aranceles específicos. El ad-valorem es calculado sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), mientras que el arancel específico es un pago establecido por

cada unidad de medida del producto importado. Por otro lado, existen combinaciones que se desglosan de estos, como las salvaguardias y el arancel mixto...Ibid.

- **Cadena de Suministros**

La cadena de suministro es el conjunto de procesos que permiten que la materia prima, productos o servicios sean transformados, entregados y consumidos por el cliente final, así como los flujos de información asociados.

Luego del proceso de fabricación, la materia prima es transformada en productos terminados y con la etapa de distribución, se confirma que dichos productos finales llegan finalmente al consumidor mediante una red de distribuidores, comerciantes minoristas y almacenes. Por ello, una efectiva gestión de la cadena de suministros mejora la cadena de valor y con ello la satisfacción del cliente (Gómez, 2008).

- **INCOTERMS**

Los INCOTERMS (International Commercial Terms) son reglas internacionales establecidas en 1936 por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) que facilitan la interpretación de los términos comerciales. Su objetivo principal es implantar criterios sobre la distribución de los gastos y transmisión de los riesgos entre el comprador y vendedor internacional. Estos términos son voluntariamente aceptados por cada parte del contrato, es decir, no son obligatorios, de acuerdo a lo descrito por (Vera, 2014).

Además, estos términos son agrupados en dos clases: Multimodales y Marítimos. Los multimodales son usados en toda clase de medio de transporte ya sea aéreo, marítimo o terrestre e incluye los términos FCA (Free Carrier to),

CPT (Carriage Prepaid to), CIP (Carriage and Insurance Paid to), DAP (Delivered at Place), DAT (Delivered at Terminal), DDP (Delivered Duties Paid) y EXW (Ex Works)...Ibid.

Por otro lado, los INCOTERMS marítimos son usados exclusivamente para la modalidad de transporte marítimo. Los términos que incluye son CFR (Cost and Freight), FOB (Free on Board), CIF (Cost, Insurance and Freight) y FAS (Free Alongside Ship)...Ibid.

- **Modelo de la Ventaja Comparativa de David Ricardo**

La ley de la ventaja comparativa desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX ha repercutido notoriamente en el desarrollo del comercio internacional, involucrando así conceptos como la especialización y el costo de oportunidad.

Según (Krugman, 2008), este hecho económico reside en que un individuo tiene ventaja comparativa en la producción de un bien o servicio si el coste de oportunidad de producir ese bien o servicio es menor para ese individuo que para el resto.

Para ilustrarlo, Ricardo se valió del comercio entre Inglaterra y Portugal. De esta forma, si Portugal tuviera a 90 hombres trabajando para producir ropa y a 80 hombres para producir vino, en cuanto que Inglaterra produjera con 100 hombres la misma cantidad de ropa y con 120 hombres la misma cantidad de vino, al comercializar ropa inglesa por vino portugués, pudiera ser una desventaja para ambos países. Lo conveniente sería que cada nación se concentre en la producción de aquellos bienes que les resulta más barato producir (Ceballos Pérez, 2010).

Según esta teoría, lo que determina la especialización de una actividad no es la productividad sino su costo de oportunidad; asimismo, este modelo implica supuestos como el libre comercio entre dos países y dos mercancías, la movilidad de la mano de obra dentro del país, la ausencia de un progreso tecnológico, y los costos de producción constantes...Ibid.

- **Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF)**

Las medidas sanitarias (para la protección de la salud y vida de los animales y personas) y fitosanitarias (para la preservación de los vegetales) son reglamentaciones en materia de inocuidad de alimentos y control de animales y vegetales que abogan por el consumidor (OMC, 2015).

Las regulaciones aplicadas por Estados Unidos para la importación de alimentos se encuentran principalmente manejadas por las siguientes instituciones estadounidenses:

Ilustración 1: Agencias Reguladoras

Agencia de Protección Ambiental (EPA)

Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA)

Servicio de Inspección de Salud Animal y Vegetal (APHIS)

Servicio de Seguridad Alimentaria e Inspecciones (FSIS)

Agencia de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (TTB)

Fuente: Siicex Comercio Exterior
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

La Agencia de Protección Ambiental (EPA) se encarga de la salud humana y medio ambiente. Ellos establecen los residuos máximos que pueden existir, y el control y uso de plaguicidas usados en todo tipo de insumo. Por otro lado, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) normaliza, entre otras cosas, los alimentos para consumo humano y animal.

El Servicio de Inspección de Salud Animal y Vegetal promueve la protección agropecuaria e inspección de vegetales frescos y animales vivos que se importan a Estados Unidos con el propósito de impedir la difusión de plagas. De igual forma, esta institución estudia el alojamiento de estos productos, y es el opuesto a los protocolos zoonosarios y fitosanitarios los cuales facilitan el ingreso de bienes desde su origen, luego de llevar a cabo los tratamientos cuarentenarios y todos los requisitos que se establece en los protocolos.

También, se encuentra el Servicio de Seguridad e Inspección de Alimentos (FSIS), quien es responsable del correcto etiquetado y envasado de alimentos; y finalmente, la Agencia de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco encargada de recolectar los impuestos al consumo de bebidas alcohólicas.

- **Preferencias Arancelarias**

Las preferencias arancelarias, también conocidas como desgravación, implican la reducción o eliminación de los impuestos por importaciones que le otorga un país a otro dentro de un acuerdo (Ríos, 2012).

Para permitir la participación de países con menor desarrollo económico y asegurarles un tratamiento especial durante el proceso de integración económica, la ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) le concede la apertura de sus mercados a países miembros como Bolivia, Paraguay y

Ecuador, y, por ende, la exclusión de impuestos aduaneros entre otras restricciones (Asociación Latinoamericana de Integración, 2014).

- **Régimen de la Nación más Favorecida**

La cláusula de la Nación más Favorecida se creó en el año 1843 como parte de los Tratados Desiguales en donde se establecieron dos principios esenciales de comercio y derecho internacional.

Este régimen declara que todos los países miembros de la OMC deben recibir el mismo trato entre los interlocutores comerciales (FAO, 2007).

Básicamente, el trato dado por la Nación más Favorecida establece que si existe una reducción de obstáculo al comercio o se abre un nuevo mercado, lo mismo debe aplicar para el mismo producto o servicio de todos los participantes, indiferentemente de su nivel económico...Ibid.

- **Segmentación de mercado**

(Kotler & Armstrong, 2008) relacionan la segmentación de mercado con la división de la misma en ciertos grupos de compradores con diversas características, necesidades y comportamientos tales como edad, cultura, preferencias, situación socioeconómica, entre otras.

Cada segmento está compuesto por perfiles que incluyen variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales. Por medio de la segmentación de mercado, las compañías dividen los mercados grandes en segmentos más pequeños para poder llegar a ellos de manera más fácil y eficaz buscando satisfacer sus necesidades (Zapata, 2008).

- **SGP**

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) establecido en el año 1968, exonera a los países miembros de la OMC del régimen de la Nación más Favorecida, con el único propósito de reducir aranceles para los países con menor nivel económico, sin tener que ellos también realizar una reducción de los aranceles para los países de mayor nivel económico (Office of the United States Trade Representative)

Este sistema es un mecanismo mediante el cual los productos provenientes de países en vías de desarrollo o menos desarrollados pueden acceder a tasas arancelarias preferenciales o sencillamente se encuentran exonerados de pago de aranceles una vez que estos ingresen a territorio de países de economías desarrolladas...Ibid.

El SGP tiene como intención aportar en la diversificación de economías, proveer exoneraciones arancelarias, aumentar ingresos de exportación de países menos desarrollados, promover la industrialización para diversificar las exportaciones, impulsar las corrientes de intercambio comercial y finalmente incrementar el ingreso de divisas por las exportaciones. Además, este programa confiere a más de 5000 productos originados en 150 países, un tratamiento arancelario preferencial para su libre ingreso a Estados Unidos sin pago de aranceles y demás derechos aduaneros...Ibid.

2.2. Metodología

2.2.1. Tipo de estudio

La modalidad de investigación a emplearse será el análisis descriptivo que permitirá medir cada una de las variables del estudio con el propósito de diagnosticar el mercado de la tilapia local y externo.

2.2.2. Métodos de investigación

- **Inductivo**

Este tipo de método permitirá obtener una conclusión general a partir de los hechos particulares. Tal es el caso que, con todos los datos derivados de la investigación descriptiva se podrá determinar la viabilidad de la exportación de tilapia al mercado seleccionado.

- **Analítico**

Con este método se podrá analizar los distintos factores o indicadores que influyen en la problemática. Ejemplo de ello son la balanza comercial, producto interno bruto, inflación, tipo de cambio, precios de mercancías, políticas y acuerdos comerciales del gobierno, entre otros.

2.2.3. Métodos y técnicas de recolección y análisis de datos

- **Entrevistas mixtas**

La técnica a emplearse para la obtención de información afín al tema es la entrevista mediante la cual se conocerá más sobre el proceso de cultivo y exportación. Dicha información servirá de sustento para determinar el grado de éxito de la incursión de la tilapia en el mercado estadounidense.

- **Análisis cualitativo**

Aparte de basar el presente trabajo en datos estadísticos, es imperativo conocer el comportamiento del consumidor para conocer la calidad que éste requiere de la tilapia ecuatoriana. Requisitos tales como acreditaciones internacionales de calidad, embalaje, empaque, son esenciales para ingresar al mercado objetivo y competir en similares condiciones.

- **Análisis cuantitativo**

Es pertinente obtener información numérica que permita sustentar los supuestos de la siguiente tesis, asimismo, mediante un enfoque cuantitativo, se analizará la cantidad exportada por parte de Ecuador al mundo y, en particular, a EE.UU. del producto; de igual manera, mediante la información obtenida, se podrá delimitar cual es el tamaño de mercado.

2.2.4. Fuentes de datos de información

El trabajo de Investigación contiene fuentes primarias y secundarias. Se obtendrá información nueva y original producto de un trabajo investigativo en las distintas organizaciones gubernamentales afines a la acuicultura, tales como el Instituto Nacional de Pesca y la Subsecretaria de Acuicultura; asimismo, en el sector privado se realizarán entrevistas al Grupo Tropical Packing (TROPACK) compuesta por la empresa Industrial Pesquera Santa Priscila y Produmar, entes relacionadas a la producción y exportación de tilapia ecuatoriana.

En cuanto a las fuentes secundarias, serán el Banco Central del Ecuador (BCE), Cámara Nacional de Acuicultura (CNA), Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, estadísticas de UN Comtrade (The United Nations Commodity

Trade Statistics Database), USDA (U.S Department of Agriculture) y Departamento de Comercio de los Estados Unidos (U.S. Department of Commerce).

2.2.5. Definición de las Variables

- **Dependiente**

El desarrollo de un manual para la exportación de tilapia ecuatoriana hacia el mercado de Estados Unidos es la variable dependiente sobre la cual gira el presente trabajo. De este modo, se diagnosticará el mercado local y se analizará la comercialización del producto en Estados Unidos, facilitando así la toma de decisiones del productor y exportador.

- **Independientes**

El grado de éxito de la exportación dependerá de las conclusiones derivadas del estudio de mercado y planificación logística que son las variables independientes de la investigación.

CAPÍTULO 3

3. Análisis de la Oferta Nacional

3.1. Objetivo

Analizar las exportaciones de tilapia ecuatoriana al mercado estadounidense y los factores externos que repercuten en su comercialización.

3.2. Descripción de la Tilapia

La tilapia es un pez perteneciente al género *Oreochromis*, originario de África y Medio Oriente, que habita en la mayor parte de las regiones tropicales del mundo. Este género presenta una amplia variedad de especies entre las que destacan las siguientes:

- Tilapia del Nilo (*Oreochromis niloticus*)
- Tilapia de Mozambique (*Oreochromis mossambicus*)
- Tilapia azul (*Oreochromis aureus*)

La especie, *oreochromis mossambicus*, se distribuyó ampliamente por todo el mundo durante las décadas de 1940 y 1950, mientras que la propagación de la tilapia del Nilo ocurrió durante la década de 1960 hasta los años 80s debido a los avances en nutrición y sistemas de cultivo, según las publicaciones elaboradas por la FAO.

Con respecto a Ecuador, la tilapia, específicamente la especie *Oreochromis mossambicus*, se introdujo en el año 1965 en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Posteriormente, la Tilapia del Nilo es introducida desde Brasil en 1974 y seis años después, se establece una nueva línea, la especie híbrida, tilapia roja, cuyo nombre científico es *Oreochromis* spp.

Los principales beneficios que se derivan de la ingesta de tilapia son el alto contenido en proteínas, bajo nivel de mercurio y rico en DHA, elemento fundamental para el funcionamiento y desarrollo del cerebro, así como en las etapas de gestación y niñez del ser humano. El consumo máximo del pescado deberá ser de 6 onzas (170 gramos) a la semana, tal como recomienda La Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU (FDA, por sus siglas en inglés) (U.S. Food and Drug Administration, 2010).

3.3. Cadena Productiva

El cultivo de tilapia se desarrolla en seis pasos que pertenecen a las tres principales etapas de producción que tiene el recurso. El proceso parte desde la reproducción natural hasta su cosecha y se estima que la duración del mismo es de nueve meses aproximadamente.

- Hatchery

La primera fase es la cero en la cual se usa un programa de selección genética que permite desarrollar los ejemplares reproductores. En una piscina se agrupan por pareja, hembra y macho, separadas en jaulas; cada pareja conforma una familia que esta codificada.

Por consiguiente, se los hace crecer por separado hasta que lleguen a los 2 gramos, cuando alcanzan dicho peso se les introduce un chip para conocer a que familia pertenecen. De este modo, se logra identificar a las familias que presentan un mayor crecimiento.

Por cada familia hay 50 miembros y la empresa entrevistada, Produmar S.A, cría 200 familias. La empresa maneja un número elevado de familias debido a que su cultivo es tecnificado y tienen que dar variabilidad a la población. Este proceso se realiza cada seis meses que es lo que demora el

ciclo desde que nace la familia hasta su respectiva evaluación de crecimiento. Los peces en esta fase crecen hasta los 400 g. aprox.

La segunda fase son las piscinas reproductoras donde se generan los alevines que más adelante van al engorde. El proceso es totalmente natural, se meten a hembras y machos, que son los que provienen de la fase anterior para que se reproduzcan. El macho riega el esperma en los huevos y estos se fertilizan, de ahí viene la hembra y los recoge con su boca donde son incubados por ésta. Durante esta periodo la hembra no come solo los incuba. Luego, los pescadores separan a las hembras y recogen los huevos de la boca.

La tercera fase son los huevos que pasan a la sala de incubación y es ahí donde se generan los alevines. Este último paso en el laboratorio dura aprox. 3 semanas. (Ver anexo 2 y 3)

A continuación, estos alevines pasan a los tanques de reversión sexual que es la cuarta fase donde los alevines son alimentados con balanceado que contiene hormonas para que el pescado genere el órgano masculino. Cabe mencionar que la tilapia cuando nace ya se sabe genéticamente si es hembra o macho pero su órgano sexual interno no está formado aun. Esta fase dura aprox. 3 semanas y los peces salen de un gramo.

- **Precria**

La segunda etapa es la precria en la cual los peces crecen de un gramo a 100 g. y se insertan 30 peces por metro cuadrado. Por otra parte, es una de las etapas que mayor inversión requiere, aparte de la fase 0, debido a que el perímetro de las piscinas debe estar enmallado para evitar que las aves se alimenten de tilapia.

- **Engorde**

En esta última etapa la densidad de siembra es de 2 peces/m², y crecen hasta los 500 g. aprox. (Ver anexo 1)

3.4. Zonas de Producción

Las fincas de policultivo camarón – tilapia se encuentran en los cantones Durán, Naranjal y San Jacinto de Yaguachi que destinan la mayor parte de su producción a la exportación, y cuyos sobrantes se comercializan en el mercado local. Las principales cadenas de supermercados y empresas procesadoras de alimentos se abastecen de la tilapia cultivada en estas zonas, según señaló (Reyes, 2014). (Ver anexo 4)

El cultivo de tilapia en cautiverio se produce, principalmente, en la provincia del Guayas que alberga alrededor de 2200 hectáreas de espejos de agua (20 000 lbs/ha). Asimismo, Produmar S.A., una de las principales empresas productoras – exportadoras del recurso, dispone de 1300 ha de piscinas en el sector de Durán. También, Industrial Pesquera Santa Priscila S.A. dispone de 8500 ha para el policultivo camarón –tilapia. Cabe indicar que esta empresa destina gran parte de su área de producción a la cosecha del camarón. A continuación, se detallan los volúmenes de producción nacional en los últimos cinco años.

Tabla 1: Serie Histórica de la Producción de Tilapia ecuatoriana

Años	Producción Total	Producción para Exportación
2009	39 758 129	31 806 503
2010	33 177 117	26 541 694
2011	31 885 645	25 508 516
2012	32 739 684	26 191 747
2013	23 920 000	19 136 000

Nota: Datos expresados en millones de Kilogramos
Fuente: Subsecretaría de Acuicultura
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Como se observa en la tabla 1, la producción se redujo un 40% desde 2009 a 2013, pasando de 39.7 a 23.9 millones de kg, respectivamente. La producción que se destinó a la exportación fue cerca del 80%, según cálculos propios realizados con los datos arriba precedentes.

3.5. Exportaciones Mundiales de Tilapia ecuatoriana

Se detallan el volumen y valor de las exportaciones de tilapia hacia al mundo durante 2013. La tilapia se encuentra en cuatro principales formas para su comercialización.

Tabla 2: Exportaciones Mundiales de Tilapia ecuatoriana

Producto	Toneladas	FOB
030271 - Tilapias Frescas o Refrigeradas	232	730
030323 - Tilapias Congeladas	87	258
030431 - Filetes Frescos o Refrigerados	5139	33 320 000
030461 - Filetes Congelados	904	7 622 000
Total Tilapia	6362	41 930 000

Nota: Datos expresados en miles de dólares

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Como se puede observar en la tabla 2, las exportaciones totales de tilapia fueron de 41,9 millones de dólares, además la presentación 030431 – filete fresco obtuvo la mayor participación en la oferta exportable del Ecuador.

3.6. Destinos de Exportación

Se definen los destinos de exportación de cada uno de los cuatro productos de tilapia durante 2013.

Tabla 3: Mercados importadores de tilapia cultivada en Ecuador

Producto	Países	Toneladas	Valor	% / Valor exportado
Entera fresca	EE.UU.	232	730	100
Entera congelada	EE.UU.	80	241	93
	Colombia	8	17	7
Filete fresco	EE.UU.	4735	30 357 180	91
	Perú	257	2 037 910	6
	Holanda	126	811 760	2
	Paraguay	20	113	0,3
Filete congelado	EE.UU.	654	6 039 540	79
	Canadá	140	1 314 440	17
	Colombia	89	137 090	2
	Francia	16	113 470	1,5
	Chile	3	17 880	0,2

Nota: Datos expresados en miles de dólares
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Tal como se muestra en la tabla anterior, Estados Unidos fue el principal país destino de las 4 presentaciones del producto, no obstante, no todas fueron igual de representativas. La presentación que mayor ingreso representó para Ecuador fue filete fresco cuyo primer país destino fue Estados Unidos (91%) seguido por Perú (6%).

La línea “filete congelado” fue la segunda más demandada, asimismo por EE.UU. (79%) y Canadá (17%).

3.7. Exportaciones de Tilapia hacia Estados Unidos

En estos últimos cinco años, el principal destino de las exportaciones de tilapia fue Estados Unidos, igualmente, la presentación que mayor demanda tuvo por dicho mercado fue el filete fresco.

Como se puede observar en la siguiente tabla, la evolución de las exportaciones de esta presentación tendió a crecer hasta el 2012, alcanzando los 46.3 millones de dólares. Sin embargo, durante el periodo enero – noviembre de 2014, las ventas totales hacia EE.UU. mermaron un 71% al pasar de 55.5 millones de dólares a 16 millones de dólares.

Tabla 4: Envíos de tilapia en sus distintas presentaciones a EE.UU.

Producto	2010	2011	2012	2013	2014 (Ene - Nov)
Entera fresca	868	789	993	729	298
Entera congelada	-	166	455	240	-
Filete fresco	43,723	47,380	46,370	30,357	14,967
Filete congelado	3,923	3,795	7,761	6,039	780
Total	48,515	52,132	55,580	37,367	16,046

Nota: Datos expresados en millones de dólares

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

3.8. Comercio entre Ecuador – Estados Unidos

3.8.1. Contexto General

Ecuador se caracteriza por ser un país de vocación agrícola que en los últimos cinco años ha tenido un fuerte crecimiento en su economía. En el año 2011 alcanzó un crecimiento del PIB del 7,9%, conforme a las publicaciones de las cuentas nacionales del BCE (2012); sin embargo, en años posteriores la tasa interanual del mismo se ha visto reducida.

Al presente, las autoridades proyectan un crecimiento de entre 4,5% y 5,1% en 2014 y de 4,1% para este 2015, según información publicada por el BCE. Este país andino presenta oportunidades de inversión en los sectores de electricidad, gas y minería. Asimismo, mantiene entre sus prioridades generar una economía diversificada que genere valor y conocimiento.

Con respecto al panorama general estadounidense, la evolución del PIB ha mostrado altibajos desde la crisis financiera de 2008, en la cual se obtuvo una variación anual de -0,3% y hoy por hoy, se prevé un crecimiento del 3% debido a la fuerte creación de empleo, según (infobae, 2014). En síntesis a lo anterior, la economía de ambos tiende a crecer y por tanto a salir paulatinamente de la recesión en la cual encuentra el mundo.

Por otra parte, la relación comercial que tienen entre si las dos naciones es estable y necesaria, y en el último año, ha tendido a fortalecerse. Sin embargo, en lo atañe a la política, Ecuador ha tenido ciertos percances con el gobierno norteamericano, como la expulsión de la embajada de EEUU en 2011 o la concesión de asilo político a Julian Assange, hechos que repercutieron en las relaciones diplomáticas bilaterales, según expresó en (Diario El Comercio, 2012).

3.8.2. Exportaciones

Las exportaciones totales de Ecuador cifraron los 22 033 millones de dólares en el periodo enero-octubre de 2014, de las cuales el 44,34% su destino fue Estados Unidos representando un valor de 9769 millones de dólares. Asimismo, los productos que mayor incidencia tuvieron en este intercambio comercial fueron: derivados del petróleo, banano tipo “Cavendish Valery”, oro, camarón, rosas, y cacao, tal como se observa en la siguiente ilustración.

Tabla 5: Productos exportados por Ecuador hacia EE.UU.

Producto	2014 (Enero - Octubre)	%
Aceites crudos de petróleo	6871	70
Oro	317	3,25
Banano (Cavendish Valery)	307	3
Camarón	275	2,8
Rosas	190	2
Granos de cacao	172	1,77
Atunes	82	0,84

Nota: Datos expresados en millones de dólares
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

El petróleo representa el 70% de las exportaciones al territorio estadounidense, seguido del oro con 3,25%; banano, 3%; y camarón, 2,8%, entre otros. Sin embargo, el recurso tilapia se exporto en menores proporciones, registrando valores de 13.9 millones de dólares de filete fresco,

780,37 mil dólares de filete congelado y por último, 284,83 mil dólares de tilapia entera fresca.

Por otra parte, los productos que más se importaron de los EE.UU. son los siguientes: derivados de petróleo, maquinaria, productos químicos, y minerales y metales. Las importaciones totales se ubicaron en 7041 millones de dólares de enero a octubre de 2014. A continuación, se expone la participación de los principales productos comprados del exterior.

Tabla 6: Productos importados por Ecuador desde EE.UU.

Producto	2014 (Enero – Octubre)	%
Aceites de petróleo	2017	29
Nafta Disolvente	792	11,24
Propano	301	4,28
Máquinas eléctricas	132	1,8
Productos minerales	93	1,32

Nota: Datos expresados en millones de dólares
 Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
 Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

El petróleo es el rubro que se repite en las dos ilustraciones anteriores con diferencia de que el volumen de exportación de Ecuador es cinco veces mayor que el de EEUU. El 29% de las exportaciones de EEUU al Ecuador es el petróleo, seguido en una menor cantidad por la nafta disolvente con un 11,24% y el propano con un 4.28%. Con respecto a la balanza comercial de Ecuador – EEUU, se registró un superávit de 2727 millones de dólares.

3.8.3. Acuerdos Comerciales

En lo que respecta a las preferencias arancelarias, Ecuador carece de algún tratado de libre comercio con Estados Unidos. Sin embargo, dejó de formar parte de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas que el gobierno norteamericano ideó para combatir el problema mundial de las drogas, otorgándole a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú la reducción de sus aranceles en las exportaciones.

La renuncia de Ecuador al ATPDEA en 2013 significó el pago de aranceles de los cuales estaba exento, valorados en 23 millones de dólares. Cerca del 50% de las exportaciones a EE.UU se beneficiaron de esta ley sobretodo las rosas, el brócoli y la piña. En el 2012, las exportaciones realizadas bajo este sistema abarcaron el 27% de las exportaciones no petroleras.

Bajo el sistema general de preferencias (SGP), las exportaciones ejecutadas en el mismo año alcanzaron el 5% de exportaciones no petroleras. El resto de productos están bajo cobertura de la cláusula de Nación más favorecida o sin programa.

La tilapia es un segmento que no constaba con el ATPDEA (Preferencias Arancelarias Andinas) por tener un arancel cero en la exportación de filetes congelados, al ser considerados dentro del grupo Nación Más Favorecida que no tiene fecha de vencimiento (Diario El Universo, 2012).

3.9. Análisis PESTL de Ecuador

El análisis PESTL es la herramienta empleada en el marketing estratégico para describir y caracterizar el entorno de la actividad económica a estudiar. Con esta herramienta se podrá determinar cuáles son los factores que afectan al mercado local de la tilapia. A continuación, se detalla cada uno de ellos:

3.9.1. Político – Legal

En el contexto legal, la Ley de Recursos Hídricos, conocida como Ley de Aguas, entró en vigencia en agosto de 2014 bajo el Registro Oficial No.305. Dicha normativa, basada en el socialismo del Buen Vivir, enuncia el acceso al agua como un derecho humano, y enfatiza sobre el uso eficiente de la misma (Secretaría del Agua , 2014)

Asimismo, varios sectores productivos, entre ellos la acuicultura, son regulados por el uso que le dan al agua. La acuicultura es una actividad que se incluye dentro de las actividades de aprovechamiento del agua. Por tanto, productores de camarón y tilapia deberán solicitar una autorización a la Autoridad Única del Agua, según lo dispuesto en el Art. 93 de la presente ley...Ibid.

Por otra parte, en el Art. 108, se menciona el pago de una tarifa cuando el agua que se emplea en las actividades productivas es de consumo. En el caso de la tilapia, el cultivo tecnificado de la misma se realiza en estanques rústicos que son abastecidos con agua dulce y/o salobre proveniente del río Guayas, por tanto no aplica esta tarifa a la actividad...Ibid.

No obstante, las principales granjas piscícolas tienen sistemas de recirculación y tratamiento de agua por lo que la abstracción y descarga al río son mínimas. De igual manera, deben cancelar un pago anual por concepto de autorización de vertidos, según lo establecido en el Art. 145...Ibid.

Otro documento que se enmarca en el ámbito legal, es el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 que expone el cumplimiento de 12 objetivos que buscan la transformación histórica del Ecuador. De esta forma, la tilapia ecuatoriana, como producto de exportación no tradicional, se alinea con el objetivo No.10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva” que busca diversificar y generar un valor agregado en la producción nacional, por ende, se ve gratamente beneficiada por la actuación que mantiene el gobierno en el sector acuícola mediante la incorporación de la tecnología y el otorgamiento de líneas de crédito, conforme señala la (SENPLADES, 2013).

En relación con el ámbito político, la política del gobierno consiste en colocar los productos tradicionales y no tradiciones en nuevos mercados así como atraer la inversión extranjera. Pro Ecuador es la institución que conecta al productor con el comprador, y diseña los respectivos programas y proyectos para una efectiva negociación entre los actores.

Los productores y exportadores de tilapia que quieran incursionar en nuevos mercados podrán acudir a los distintos talleres que brinda la institución con respecto al proceso de exportación o tendencias del producto en el exterior. Este apoyo por parte del estado es un punto a favor para los sectores no tradicionales.

3.9.2. Económico

En el plano internacional, Ecuador alcanzó un acuerdo comercial con la Unión Europea en julio de 2014, no obstante, dicho acuerdo se prevé que entre en vigencia en el segundo semestre de 2016. Este pacto presentará la introducción de los productos ecuatorianos sin restricciones arancelarias al mercado europeo. Así es que, la tilapia podrá acceder a mercados como el alemán, belga o francés, que son mercados importadores europeos del producto, bajo arancel 0%, según (RevistaLideres.ec, 2014).

Con relación al sector petrolero, el precio internacional del petróleo cayó un 56% de junio de 2014 a enero de 2015, es decir, durante los últimos seis meses. De continuar así, se prevé que la economía mundial entre en una nueva recesión. En el caso ecuatoriano, el 40% de su oferta exportable la constituye el petróleo y los ingresos generados por el mismo financian el 10,7% del Presupuesto General del Estado.

De este modo, la inversión pública se verá reducida en un 20% y con ello, los sectores vinculados al PNBV como lo es la acuicultura.

Además, el fortalecimiento del dólar es un tema que igualmente inquieta al gobierno, en particular al sector exportador, debido a que las exportaciones se ven encarecidas por el cambio de divisas. Las ventas se realizan en euros, mayoritariamente, por lo que al realizar la convertibilidad de monedas, los ingresos derivados de las ventas se ven reducidos (Orozco, 2014).

Por otra parte, el PIB creció un 3,5% durante el tercer trimestre de 2014 comparado con el mismo periodo del año anterior; y la actividad que mayor repercusión tuvo en este crecimiento fue la construcción con un 2,7%, de acuerdo con las estadísticas del BCE.

Ahora bien, la tasa de inflación de 2014 fue de 3,67% frente al 2,7% de 2013, un incremento del 26% de un año al otro, lo que presupone que el país estaba siendo más costoso.

Igualmente, la balanza comercial presentó un déficit de 124,3 millones de dólares durante los primeros once meses de 2014, este resultado muestra que el comercio internacional de Ecuador se recuperó un 90,4% respecto del mismo periodo en el año anterior. Las exportaciones totales fueron de 24 064,2 millones de dólares mientras que las importaciones alcanzaron los 24 188,5 millones de dólares durante el periodo enero – noviembre de 2014, según las últimas cifras del BCE.

3.9.3. Social

La innovación e incorporación de la tecnología en la producción de los principales productos de exportación es la tendencia alcista por la que está atravesando el Ecuador, surgida por el PNBV.

Asimismo, otro plan de acción, es la asistencia técnica y la entrega de alevines de tilapia que las distintas prefecturas ofrecen a las comunidades.

A nivel nacional, la tilapia es un pescado que mayormente se consume en el oriente, sin embargo, es la tilapia cultivada en la costa la que se comercializa en dicha región. El precio por libra que se paga en la amazonia es de \$2,50 frente al \$1 – \$1,50 que se encuentra en la provincia del Guayas, según las declaraciones del Ing. Eduardo Reyes, Gerente de Producción de Produmar S.A.

3.9.4. Tecnológico

Actualmente, son pocas las empresas que cuenta con un sistema de recirculación de agua y hatchery, también conocidos como criaderos, que permiten la cría de alevines. Estas prácticas empleadas en los cultivos acuícolas permiten obtener mejores resultados en la producción traducidos en calidad.

3.10. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

3.10.1. Rivalidad entre Competidores

El sector acuícola de la tilapia está conformado por un número limitado de exportadoras que ofrecen el mismo producto. Industrial Pesquera Santa Priscila S.A., Maramar S.A., Produmar S.A. y Tropical Packing Ecuador S.A. Tropack son los competidores directos ecuatorianos de las cuatro partidas pertenecientes a la tilapia, de tal forma que la intensidad de la competencia es baja debido a que son pocas las empresas que dominan el mercado y además, la industria del recurso se encuentra en su fase de declive, según los datos establecidos en la tabla 3.

3.10.2. Competencia Potencial

La industria camaronera en Ecuador resulta una amenaza para el desarrollo del mercado de la tilapia debido a la alta demanda y precios en el mercado estadounidense y europeo, ocasionando el desplazamiento de la demanda de este pescado. Además, el camarón y la tilapia se cultivan en conjunto lo que convierte a este crustáceo en un competidor directo por pertenecer al mismo sector e indirecto por no ser un pescado sino un marisco, según señaló (Lince, 2013).

3.10.3. Productos Sustitutos

La tilapia es un pescado blanco o magro bajo en materia grasa que contiene proteínas de alto valor biológico. Además, es rico en ácidos grasos Omega – 3, colina y vitamina D.

Las especies acordes a estas propiedades nutricionales son el bocachico, cachama, trucha y merluza, todos pertenecientes a la pesca y acuicultura del país. Por otra parte, en el mercado externo, los productos sustitutos de la tilapia son aquellos que se enmarcan en la partida arancelaria 03 – Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos y tuvieron una mayor demanda por parte de Estados Unidos.

A continuación, se muestran los cinco productos más importados por este país en el año 2013.

Tabla 7: Lista de los productos importados de mariscos y pescados por EE.UU.

Código	Descripción del producto	Valor importado
030617	Los demás camarones y langostinos congelados	4 163 401
030441	Filetes frescos o refrigerados de salmones del Pacífico, del Atlántico y del Danubio	1 205 987
030614	Cangrejos de mar, congelados.	848 862
030461	Filetes congelados de Tilapias	795 449
030214	Fresco o refrigerado Salmones del Atlántico y salmones del Danubio	688 749

Nota: Datos expresados en miles de dólares

Fuente: ICC, Trade Map

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Como se observa, el camarón, salmón y cangrejo, sin contar a la tilapia, fueron los productos de mayor participación en la importación estadounidense. Por tanto, son la competencia indirecta de la tilapia fuera del Ecuador.

3.10.4. Proveedores

El poder de los proveedores es alto ya que la tilapia en sus 4 presentaciones es ofrecida por China, principalmente, Honduras y Holanda. El volumen de exportación de China con relación a la tilapia entera congelada fue de 134 mil toneladas a diferencia de Honduras que exporto 5925 t de filete fresco. Del mismo modo, en latinoamericana, Panamá, Honduras y Costa Rica son los mercados exportadores que concentran la oferta de la región, tal como se muestra en la tabla 9.

Tabla 8: Principales proveedores de tilapia a nivel mundial

Producto	Países	Valor exportado	Cantidad exportada, Toneladas	Valor unitario, USD/Toneladas
Pieza entera fresca	Países Bajos (Holanda)	2 071 000	198 000	10460
Pieza entera congelada	China	285 895 000	134 702	2122
Filete fresco	Honduras	45 206 000	5925	7630
Filete congelado	China	791 749 000	181 871	4353

Nota: Datos expresados en miles de dólares, durante el 2013

Fuente: ICC, Trade Map

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Tabla 9: Principales proveedores de tilapia en América Latina y el Caribe

Producto	Países	Valor exportado	Cantidad exportada, Toneladas	Valor unitario, USD/Toneladas
Pieza fresca entera	Panamá	1 583 000	731	2,166
Pieza congelada entera	Panamá	444 000	221	2,009
Filete fresco	Honduras	45 206 000	5925	7,630
Filete congelado	Costa Rica	33 953 000	4647	7,306

Nota: Datos expresados en miles de dólares, durante 2013

Fuente: ICC, Trade Map

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

3.10.5. Compradores

Son ocho los destinos de las exportaciones de tilapia ecuatoriana por tanto la intensidad de la competencia es baja. Estados Unidos es el principal importador de filete fresco. (Ver tabla No.3)

3.11. Análisis FODA de la Industria Nacional

3.11.1. Fortalezas

F1.- Las plantas de procesamiento de tilapia gozan de altas políticas de calidad y seguridad en la cosecha y faena miento del animal. Del mismo modo, el grupo Tropack, filial de Tropical Aquaculture Products, Inc., cuenta con los siguientes certificados internacionales: ASC (Aquaculture Stewardship Council), BAP (Best Aquaculture Practices), HACCP (Hazard Analysis & Critical Control Points), ISO

9001:2000 (ISO Standards) y SQF Level 3 (Safe Quality Food) (Tropical USA, 2014).

F2.- Ecuador es el tercer país proveedor de filetes frescos de tilapia a Estados Unidos y segundo mayor exportador de tilapia en América Latina y el Caribe.

F3.- Las granjas acuícolas de tilapia cuentan con Tropical Aquaculture para la distribución del producto final en el mercado estadounidense.

F4.- El incremento de la demanda mundial de tilapia en estos dos últimos años, tal como se observa en la tabla 10. La tilapia entera congelada fue la que obtuvo un mayor crecimiento en 2013.

Tabla 10: Valores de importación mundial de tilapia

Producto	2012	2013	Crecimiento de las importaciones entre 2012-2013,%
Tilapia fresca	22,623	31,599	40%
Tilapia Congelada	129,975	234,453	80%
Filete Fresco	207,473	274,981	33%
Filete Congelado	1042,574	1194,261	15%

Nota: Datos expresados en millones de dólares, durante 2013

Fuente: ICC, Trade Map

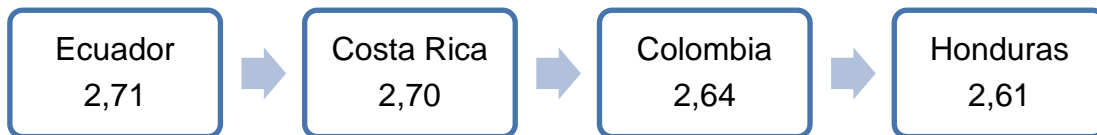
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

F5.- Las zonas de producción de tilapia se encuentran cerca del puerto principal.

F6.- La proximidad geográfica de Ecuador con EE.UU permite escatimar en gastos de envío y realizar embarques aéreos diariamente de tilapia fresca al mercado seleccionado, además, el tiempo de tránsito marítimo es de 5-8 días mientras que el de China, principal competidor, oscila entre los 15-30 días.

F7.- De acuerdo al Índice de desempeño logístico, elaborado por el Banco Mundial, Ecuador posee mejores capacidades logísticas que el resto de sus competidores inmediatos. Así, el tiempo de despacho de la mercadería arribada en el puerto se ubica en torno a los 3 días para embarques marítimos.

Ilustración 2: Índice de desempeño logístico



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

F8.- La mayoría de las presentaciones de tilapia ingresan al territorio estadounidense con arancel 0%. Únicamente, la pieza entera fresca del recurso (menor a 6,8 kg) cancela un arancel ad valorem del 3%.

3.11.2. Oportunidades

O1.- El sector acuícola cuenta con el apoyo de distintas instituciones públicas como la Cámara Nacional de Acuicultura, Subsecretaría de Acuicultura y Pro Ecuador para el desarrollo sostenible y sustentable de la producción, y exportación de tilapia.

O2.- La línea de crédito otorgada por la banca pública a la explotación de criaderos de peces y granjas piscícolas.

3.11.3. Debilidades

D1.- Un gran desconocimiento sobre la situación actual del sector y los requisitos para exportar el pescado.

D2.- La falta de laboratorios reproductivos de la especie en la industria nacional.

D3.- El auge de las exportaciones del camarón en el mercado internacional.

3.11.4. Amenazas

A1.- El Tratado de Libre Comercio que tiene Estados Unidos con Costa Rica y Honduras, principales competidores de Ecuador, vuelve al país menos competitivo.

A2.- La alta disponibilidad de productos sustitutos para la tilapia como el cangrejo, camarón, salmón, bagre, entre otros mariscos y peces.

A3.- La oferta mundial de tilapia está concentrada en unos pocos países: China, Honduras, Costa Rica y Holanda.

3.12. Conclusiones

La producción de tilapia a nivel local se ha visto mermada por la alta rentabilidad que genera el camarón; asimismo, las exportaciones de la misma dirigidas al mercado estadounidense cayeron un 71% entre 2012 y 2014.

Por otra parte, la línea de producción estrella de tilapia es el filete fresco cuyo principal mercado importador es Estados Unidos. Sin embargo, existe una alta intensidad de la competencia a nivel mundial que impide que Ecuador sea el principal proveedor de este mercado.

Por su parte, China se caracteriza por suplir la presentación congelada del pescado mientras Honduras y Costa Rica, principales competidores de Ecuador, proveen los filetes frescos y congelados a EE.UU.

La inexistencia de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos no incide en las exportaciones de tilapia ecuatoriana debido a que acceden al mercado bajo la cláusula de la nación más favorecida que resulta un factor motivador para continuar con la comercialización del producto.

A pesar de todo, la actividad acuícola ecuatoriana se caracteriza por alcanzar los más altos estándares de calidad como la certificación BAP, SQF, HACPP, entre otras, que le otorgan al producto un valor agregado en el mercado internacional.

CAPÍTULO 4

4. Comercialización en Estados Unidos

4.1. Objetivo

Determinar el mercado objetivo para la comercialización de la tilapia en el país destino, así como también los aspectos relacionados al mismo como producción local, perfil del consumidor, segmentación del mercado y canales de mercadeo.

4.2. Antecedentes del Mercado

Desde el 2002, la tilapia ha sido considerada uno de los principales productos alimenticios de pescado en Estados Unidos. Su presentación en menús de restaurantes estadounidenses, convierte a la tilapia en el segundo producto de mayor crecimiento. A mediados de la década de los 80's, en el estado de Mississippi, EEUU, se inició oficialmente el cultivo comercial de tilapia en este país. Anteriormente, no existía mucha aceptación por parte de la población norteamericana debido a la falta de consistencia en la calidad, falta de sabor en los filetes y apariencia física del pescado.

En los años 80, la demanda que existía en Norteamérica era básicamente de pescados vivos que se producían nacionalmente, y los restaurantes eran los primeros en demandarlos. Ya desde la década de los 90, el consumo de productos frescos y congelados de tilapia aumentó considerablemente posicionándola en el mercado no solo como producto, sino también como una industria en Estados Unidos.

A partir de 1991, se empezó a explotar comercialmente la tilapia en el país gracias al aumento de la producción local y una campaña comercial la cual cambió la percepción de los consumidores.

Durante 1992, la tilapia fue considerada como una especie con categoría independiente y de alta demanda norteamericana por su buen sabor, precio y volumen (Aquaculture Production Technology Ltd., 2006).

Actualmente, las más de 9000 toneladas de tilapia fresca y viva que se produce en Estados Unidos, no son suficientes para el consumo local. Es por ello que este país se ha convertido en uno de los mayores importadores de tilapia con más de 50 000 toneladas anuales provenientes de Asia y países latinoamericanos (Alceste, 2002).

La producción de este pescado en Norteamérica se lleva a cabo mediante sistemas intensivos de cultivo, utilizando aguas recalentadas aplicándoles el calor o las que proceden de procesos industriales como los afluentes de plantas hidroeléctricas para asegurar la producción durante todo el año. De acuerdo a fuentes gubernamentales, en el año 1998, se reportó una producción de 8250 toneladas métricas, aumentando así un 8% en contraste al año anterior. En aquella época, la producción local se reportaba geográficamente de la siguiente forma:

Tabla 11: Producción de tilapia en Estados Unidos en 1998

Región	Toneladas Métricas (TM)
Oeste	3180
Centro-Norte	1723
Noreste	1592
Sur	1575
Tropical	181

Fuente: Panorama Acuícola
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Para 1999, la producción local se mantuvo relativamente igual, sin embargo, el porcentaje de distribución para cada región varió. Con el cierre de la empresa Solar Aquafarms, ubicada en la región oeste del país, se registró un aumento en la producción de otras regiones tales como Centro-Norte y Sur.

La especie más cultivada en USA es la *Oreochromis niloticus* conocida como “tilapia del Nilo” ya que muestra una alta tasa de crecimiento y fecundidad, resistencias a temperaturas bajas, resistencia a enfermedades, tolerancia a una baja calidad de agua y su capacidad para ser cultivada en altas densidades así como su habilidad para el crecimiento y desarrollo. También se han cultivado otras especies que no resultan atractivas para el productor por sus tasas de crecimiento menores que la tilapia nilótica.

El 75% de esta especie se cultiva mediante un sistema cerrado, el cual se relaciona con invernaderos usando energía solar como fuente alternativa de energía y genera temperaturas apropiadas para cultivar esta especie de origen tropical. La eficiente conservación del calor, hace posible el cultivo de este pez al norte de Estados Unidos donde biológica y económicamente sería imposible. Esto ha hecho posible que se produzcan tilapias de tamaño comercial durante todo el año (M. Segovia, 2002).

4.3. Importaciones de Tilapia hacia Estados Unidos

Estados Unidos es considerado como uno de los principales países productores de marisco y pescado sostenible. Los pescadores comerciales desembarcaron 9.6 mil millones de libras de productos del mar por un valor de 5 mil millones de dólares en 2012, mientras la industria acuícola registró un valor de 1.3 mil millones de dólares en 2011.

Sin embargo, EE.UU no puede satisfacer su demanda cada vez mayor de marisco y pescado. Asimismo, la mitad de los pescados y mariscos que se consumen en el mercado estadounidense provienen de la acuicultura, en su mayor parte de la importación (NOAA Fisheries, 2014).

Con respecto a la tilapia, fue el quinto producto del “Top ten favorite seafood” con un consumo per cápita de 1.3 libras durante el 2011, según (NOAA Fisheries, 2011). No obstante, es poca la cosecha comercial de tilapia que existe en dicho mercado, el 91% de los pescados y mariscos que se consumen en Estados Unidos son importados; por su parte, la tilapia es suministrada por China, Ecuador, Indonesia y Honduras...Ibid.

Posteriormente, se detallan los valores y cantidades importadas de tilapia a nivel mundial por Estados Unidos durante 2012 – 2014.

Tabla 12: Importaciones mundiales de tilapia hacia Estados Unidos

Año 2012				
Subpartida	Detalle	Cantidad (t)	Valor	% / Valor importado
030271	Entera fresca	290	1,38	0,14
030223	Entera congelada	15 310	30,42	3,12
030431	Filete fresco	20 595	167,77	17,19
030461	Filete congelado	168 950	776,65	79,56
	Total	205 145	976,22	100

Año 2013				
Subpartida	Detalle	Cantidad (t)	Valor	% / Valor importado
030271	Entera fresca	457	2,56	0,24
030223	Entera congelada	23 730	50,50	4,71
030431	Filete fresco	26 690	223,89	20,88
030461	Filete congelado	160 464	795,44	74,17
Total		211 341	1072,41	100
Año 2014				
Subpartida	Detalle	Cantidad (t)	Valor	% / Valor importado
030271	Entera fresca	447	2,26	0,20
030223	Entera congelada	24 900	60,07	5,22
030431	Filete fresco	25 332	218,35	18,97
030461	Filete congelado	165 896	870,18	75,61
Total		216 575	1150,87	100

Nota: Datos expresados en millones de dólares, durante 2013

Fuente: ICC, Trade Map

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Como se observa en la tabla 12, Estados Unidos importó alrededor de 216 575 toneladas en 2014, una cantidad ligeramente mayor a la obtenida en 2013. En promedio, la presentación filete congelado concentró un 76% de las importaciones totales de tilapia seguida de filete fresco.

4.4. Países Proveedores de Tilapia a Estados Unidos

Los países exportadores de cada una de las cuatro presentaciones de tilapia hacia Estados Unidos son algunos, no obstante, son pocos los que tienen una participación alta en el mercado. México fue el principal proveedor de tilapia entera fresca que alcanzó los 808 mil dólares seguido de Pakistán. Por su parte, Ecuador se ubicó en el tercer lugar de las importaciones con un valor de 345 mil dólares y cuyo valor unitario por tonelada fue de 6389 dólares.

Por otra parte, China y Tapei Chino, conocido como Taiwán, ocuparon los primeros lugares en las importaciones del producto entero congelado mientras que Honduras, Costa Rica, Ecuador y Colombia fueron los mercados proveedores más significativos de la presentación filete fresco. Finalmente, China importó el 85% de filetes congelados al mercado destino.

Tabla 13: Principales mercados proveedores de tilapia a EE.UU.

Producto	Países	Valor	Cantidad (t)	Valor unitario, USD/Toneladas
Entera fresca	México	808	113	7,15
	Pakistán	770	95	8,105
	Ecuador	345	54	6,389
	Colombia	266	31	8,581
	China	243	127	1,913
	Honduras	79	15	5,267
	Demás	55	22	-
	Total		2 566 000	457

Entera congelada	China	37 683	17 615	2,139
	Taipei Chino	11 836	5691	2,08
	Filipinas	269	93	2,892
	Panamá	260	137	1,898
	Tailandia	188	81	2,321
	Vietnam	180	57	3,158
	Demás	88	56	-
	Total	50 504 000	23 730	2,128
Filete fresco	Honduras	70 712	8180	8,644
	Costa Rica	59 697	6526	9,148
	Ecuador	35 068	4810	7,291
	Colombia	34 783	3830	9,082
	México	12 114	1476	8,207
	Demás	11 519	1868	-
	Total	223 893 000	26 690	8,389
Filete congelado	China	679 675	144 334	4,709
	Indonesia	86 055	11 801	7,292
	Tailandia	9801	1458	6,722
	Taipei Chino	9153	1501	6,098
	Ecuador	6690	716	9,344
	Costa Rica	1719	266	6,462
	Demás	2356	388	-
	Total	795 449 000	160 464	4,957

Nota: Datos expresados en millones de dólares, durante 2013

Fuente: ICC, Trade Map

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

4.5. Exportaciones Estadounidenses de Tilapia

La mayor parte de la tilapia comercializada en Estados Unidos proviene de las importaciones realizadas por el mismo en Asia y América. En 2013, las importaciones totales de tilapia fueron de 1072 millones de dólares frente a las exportaciones que se situaron en los 31,498 millones de dólares, presentando así un saldo comercial negativo de 1040.

Como se muestra en la siguiente tabla, los principales destinos de las exportaciones estadounidenses de tilapia son Canadá, principalmente, y Guatemala. Estados Unidos exportó 7577 toneladas al mundo que representaron un 4% del total de tilapia importada por el país. Del mismo modo, se reexportó 2622 t a Canadá que significaron un 35% de las exportaciones.

Tabla 14: Exportaciones de tilapia desde Estados Unidos

Producto	Importadores	Valor	Cantidad (t)	% / Valor exportado
Entera fresca	Mundo	1,305	188	100
	Canadá	1,155	156	88,5
Entera congelada	Mundo	5,575	3267	100
	Guatemala	679	511	12,2
Filete fresco	Mundo	10,712	1190	100
	Canadá	10,476	1139	97,8
Filete congelado	Mundo	13,906	2932	100
	Canadá	7,924	1327	57
Total		31,498	7577	

Nota: Datos expresados en millones de dólares, durante 2013

Fuente: ICC, Trade Map

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

4.6. Segmentación de Mercado

No existe información detallada y actualizada que permita dividir el mercado de la tilapia en Estados Unidos en distintas variables. Por tanto, la segmentación realizada es entorno a la ubicación geográfica de la demanda. En 2014, las importaciones de tilapia fueron de 1 150 872 000 millones de dólares y las principales ciudades importadoras fueron Miami (213.4 mdd), Los Angeles (189.8 mdd) y New York (175.3 mdd), según (NOAA Fisheries, 2014).

Del mismo modo, las ciudades antes mencionadas coincidieron con los destinos de exportación de la tilapia ecuatoriana, como se observa en la tabla siguiente.

Tabla 15: Importaciones de Tilapia ecuatoriana por distrito aduanero en EE.UU.

Distritos aduaneros	Producto	Kilos	Dólares	Participación en valor, en %
Baltimore, Maryland	Filete congelado	16 330	111,600	0,30
	Filete fresco	948 145	5 440,535	14,82
Los Ángeles, California	Entera fresca	662	12,647	0,03
	Entera fresca (<6,8 Kg)	2136	11,706	0,03
Miami, Florida	Filete fresco	1 183 197	7 605,255	20,71
	Entera fresca (<6,8 Kg)	14 354	69011	0,19
Nueva York, NY	Filete fresco	2 678 457	16 622 239	45,27
	Filete congelado	501 339	4 564 892	12,43
	Entera fresca (<6,8 Kg)	37 093	192 333	0,52

	Entera congelada	59 876	218 467	0,59
Norfolk, Virginia	Filete congelado	198 749	1 772 260	4,83
	Entera congelada	26 943	97 975	0,27
Total		5 667 281	36 718 920	100

Nota: Datos expresados en millones de dólares, durante 2013

Fuente: Fisheries Statistics and Economics Division: National Marine Fisheries Service (NMFS)

Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

La presentación filete fresco fue la más demandada por Nueva York, Miami y Los Ángeles, mientras que el filete congelado tuvo mayor acogida por el mercado neoyorquino. El resto de ciudades tuvieron participaciones mínimas en las importaciones de tilapia.

4.7. Hábitos de Consumo y Conducta del Consumidor

De acuerdo al estudio “Perfil producto – Mercado Tilapia 2014”, elaborado por Pro Ecuador, la demanda de tilapia en Estados Unidos ha crecido un 18% en estos tres últimos años. El mercado estadounidense consumió cerca de 217 mil toneladas durante el 2014, lo cual es 3 veces más que hace una década.

Además, en el año 2014, se produjeron ciertos cambios en el mercado. Las importaciones de filete fresco en EE.UU. decrecieron un 2%, no obstante, en el año anterior, la tasa de crecimiento que se presentó para dicho segmento fue del 33%. En general, los principales mercados proveedores han reducido su cuota de exportación; por su parte, Ecuador obtuvo una tasa de variación anual negativa del 52%. Honduras y Colombia fueron los mercados que crecieron parcialmente

Durante el 2012, el consumo per cápita de pescado, congelado y fresco, fue de 5,6 lbs frente a las 4,9 lbs que se demandó de marisco en el mercado estadounidense. El volumen de la población que consumió productos del mar fue de 312,7 millones de personas, conforme a lo publicado por NOAA Fisheries.

Las preferencias del consumidor giran en torno a la comodidad en la compra y preparación del producto. La tilapia que se oferta en los supermercados se encuentra en filetes que están congelados, apanados, condimentados o precocinados, rápidos y fáciles de consumir. El pescado fresco o congelado es consumido, principalmente, en restaurantes por aquellos que no disponen del tiempo para cocinar en casa (PRO ECUADOR, 2014).

Los pescados y otros productos de mar son adquiridos un 57% en pequeños supermercados, un 22% en las grandes cadenas y un 17% en los restaurantes. Los motivos de compra de la tilapia obedecen a su delicada textura, sabor y versatilidad en la cocción. Los beneficios saludables como niveles bajos en calorías, grasas y un alto contenido proteico son aspectos que atraen al consumidor.

En el mercado existe la tendencia alcista por una alimentación sana basada en el consumo de alimentos con un alto aporte nutricional, lo cual ha llevado al descenso del consumo de carne roja. Asimismo, se ha incrementado el consumo de alimentos libres de aditivos químicos (orgánicos) y productos respetuosos con el medio ambiente.

Respecto al perfil del consumidor, las principales características de los sujetos que realizan compras de pescado son las siguientes: mujeres, en particular, entre las edades de 45 – 65 años que residen en la costa este y oeste del país. También, las personas de origen asiático e hispano son grandes demandantes de pescado...Ibid.

4.8. Tamaño del mercado

La demanda primaria de pescado en el mercado seleccionado obedece a tres variables: cliente potencial, ciudades de mayor consumo y gasto promedio destinado al consumo de pescado (tilapia). Se conoce que las principales ciudades importadoras de tilapia fueron Nueva York, Miami y Los Ángeles; y la presentación que mayor participación tuvo en el mercado fue filete fresco seguido del congelado (Ver tabla 15).

El mercado étnico resulto ser el segmento potencial de este producto. La población asiática y latina son los grupos que más consumen mariscos, por tanto este es el público objetivo. A continuación, se establece el cálculo de la demanda.

Tabla 16: Cálculo de la demanda primaria de tilapia

Población		
Ciudades	Asiática	Hispana o Latina
Los Ángeles	428.566	1.839.421
Miami	3.995	279.620
Nueva York	1.038.242	2.338.088
Total	1.470.803	4.457.129
Población Total	1.470.803	4.457.129
Consumo per cápita (lb)	1,3	1,3
Precio x lb	\$ 4,00	\$ 4,00
Demanda estimada	\$ 7.648.173,70	\$ 23.177.071,44

Nota: La estimación de la demanda se realizó en base a datos publicados a partir del 2010.

Fuente: FishWatch, Globefish, United States Census Bureau
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

La demanda del mercado latino es de 23,1 millones de dólares frente al tamaño del mercado asiático que alcanza los 7,6 millones de dólares. Tal como se demuestra en la tabla 16, la población hispana se concentra en gran parte en la ciudad de New York frente al grupo asiático que tiene una menor presencia en el mercado destino.

4.9. Presentación del Producto

La tilapia fresca no es pre-empaquetada más bien es presentada en los mostradores sobre hielo. Una vez que el cliente escoge el filete deseado, éste es envuelto en papel y se les sugiere que sea consumido dentro de las 24 horas después de haber sido comprado.

Mientras tanto, el pescado congelado se ofrece en una diversidad de envases con el propósito de satisfacer las necesidades variantes de los clientes, además de usar esta herramienta como diferenciación.

El mercado ha requerido que las presentaciones también sean más pequeñas para el caso de las personas que viven solos. Asimismo, el consumidor norteamericano piensa en su conveniencia de no preparar alimentos en el hogar, por ello se presentan casi listos para el consumo o tan solo requieren de un mínimo esfuerzo para ser cocinados.

Los consumidores cada día más se hallan en la búsqueda de mariscos saludables, y los valiosos nutrientes que tienen se muestran en el etiquetado del empaque, llamando así la atención del cliente. Igualmente, se ha creado un respeto hacia el medio ambiente impulsando al consumidor a confiar en el pescado que están escogiendo, por su crianza en medios ambientes amigables.

Con relación al embalaje, el pescado congelado es sometido al proceso de congelación IQF (Individual Quick Freezing) que evita el derrame de fluidos internos y el deterioro de la textura, valor nutritivo y sabor del alimento.

El envase que se emplea, mayoritariamente, son bolsas selladas al vacío, conocidas en inglés como “Individually vacuum sealed”, que contienen de 2 – 4 libras. También, se ofertan en las denominadas “freshness pouch” que son bolsas con cierre tipo ziplock metalizadas (pouch), similares a las que se utiliza para comercializar algunas formas del atún. Estos empaques se insertan en una pequeña caja de cartón que acompaña al producto. Los filetes que se encuentran en este embalaje suelen estar aderezados.

4.10. Cadena de Suministro

En el flujo de los productos se genera información la cual es esencial para cualquier canal de mercadeo. En el caso de la tilapia, la demanda de este pescado y el movimiento del producto generan un flujo de información desde el consumidor hasta el productor, en el que se indica preferencias de precios, calidad, cantidad, etc. mediante los intermediarios. Gracias al mercadeo, se genera un vínculo consumidor-productor en el cual se conoce sus gustos y preferencias.

Generalmente, en dicho flujo de información, la transferencia del pescado a través de varias etapas crea una duda en el consumidor en cuanto al precio a pagar, ya que pasa por manos de varios intermediarios. Sin embargo, si se procura mantener la calidad y cantidad del pescado en correcto orden, el consumidor final no tendrá ningún problema en pagar el precio establecido.

Los intermediarios no solo se encargan de transferir el producto sino también de la información de calidad, cantidad, disponibilidad y precio. En caso de que el manipuleo del producto por parte del intermediario, sea inapropiado y vendido en altos precios, se deshace todos los esfuerzos de mercadeo del bien, resultando no exitoso.

En este canal de flujo, a medida que el pescado pasa por las diferentes etapas, el precio aumenta en relación al valor agregado que se le da en cada una de ellas.

Los productores ecuatorianos de tilapia proveen directamente el producto a Tropical Aquaculture Products Inc. Fundada en 1995 con sede en Vermont, EE.UU, este bróker se dedica a la venta, distribución, marketing y operaciones contables para una cooperativa creciente de granjas acuícolas.

Como una compañía verticalmente integrada, el compromiso de ellos con los ciudadanos norteamericanos es cumplir estrictamente con los estándares de cada etapa del proceso de producción de la tilapia desde el Hatchery hasta la entrega del producto.

La alianza de Tropical con las empresas productoras de tilapia en Ecuador como lo son Santa Priscila, Tropack y Produmar ha creado en el país la oportunidad de ofrecer más de 5000 puestos de trabajo. Su línea de productos incluye: tilapia congelada y fresca, camarones congelados y frescos, trucha fresca, trucha arco iris fresca, salmón y bacalao (Tropical, 2015).

Tropical Aquaculture como principal y único distribuidor de la tilapia ecuatoriana en Estados Unidos recibe diaria y semanalmente tilapia y camarones por vía aérea, los cuales luego son distribuidos en los distintos puntos de venta en EE.UU.

Los márgenes de comercialización varían en función de cada etapa, ejemplo de ello, son los exportadores e importadores que obtienen una ganancia entre 2 – 4 por ciento. Por su parte, los distribuidores y mayoristas son los que logran una mayor rentabilidad, derivada de la comercialización del producto, cuyos márgenes parten del 10 al 35 por ciento, según lo estipulado por Pro Ecuador.

4.11. Conclusiones

La producción local de tilapia en el mercado destino es mínima y por ello, se ve en la necesidad de abastecerse en el exterior. Los mayores proveedores de Estados Unidos son los países pertenecientes a Asia del Este. La presencia que estos mantienen en el mercado importador es notoria. China concentra alrededor del 75% de las importaciones de tilapia congelada que realiza EE.UU. mientras Latino América provee el segmento fresco del producto.

Por otra parte, el mercado seleccionado reexporta gran parte de sus importaciones a Canadá que se caracteriza por la compra pieza entera fresca y filete congelado de tilapia. De este modo, Estados Unidos destina cerca del 35% de sus exportaciones al país vecino. Al mismo tiempo, Los Angeles, Miami y Nueva York fueron las ciudades importadoras del recurso, en particular esta última.

Con respecto al comportamiento del consumidor, se pudo determinar que los motivos de compra están ligados a la calidad, sabor y textura de la tilapia; además, las preferencias giran en torno a la facilidad de la compra y preparación del producto.

De acuerdo a lo establecido en el objetivo general del presente capítulo, el nicho de mercado es la población asiática e hispana que reside en las ciudades de mayor consumo antes mencionadas. El tamaño de mercado estimado, en función al perfil del consumidor, alcanzó los 30,7 millones de dólares.

Por último, en relación a la información obtenida, se pudo notar que el canal de distribución empleado fue el indirecto mediante el cual el producto es comercializado a través de un distribuidor.

CAPÍTULO 5

5. Estudio Logístico

5.1. Objetivo

Definir el perfil logístico de exportación hacia Estados Unidos, considerando los requisitos documentales del comprador y vendedor, además, de establecer las vías de transporte y rutas para los envíos de tilapia.

5.2. Normas y requisitos para la importación de tilapia desde Estados Unidos

Para la importación de productos desde Estados Unidos, influyen diversos factores, algunos de los cuales se los considera complejos, por lo que no se podría conocer con exactitud el tiempo que se toma el proceso completo junto con los trámites aduaneros requeridos. Se consideran factores tales como tipo de producto, inspecciones, empresas importadoras, entre otros. Al conocer el proceso adecuado, el lapso de importación es relativamente corto.

Además de estar regida por la FDA, las importaciones de pescado a Estados Unidos, se encuentran sujetas al Servicio de Pesca y Vida Silvestre de los Estados Unidos (FWS por sus siglas en inglés) y por la NMFS (National Marine Fisheries Service) (U.S. Department of Homeland Security, 2014).

5.2.1. Declaración y Licencia de Importación

La FWS, requiere que el importador norteamericano llene la Declaración de Importación o Exportación de Pescado o Fauna solicitado también por el Departamento del Interior de Estados Unidos quien les otorga el visto bueno, una vez revisado.

Por otra parte, la FWS confiere licencias de importación mediante la aplicación federal llamada “Permisos de Pesca y Vida Silvestre”. El formulario se encuentra disponible en la página web <https://www.fws.gov/le/pdf/3-200-3.pdf> y toma aproximadamente 60 días en ser procesada y aprobada. Estas solicitudes son analizadas de acuerdo al orden en que son ingresadas. La licencia tiene un costo de \$100 dólares independientemente de si la misma es otorgada o no.

5.2.2. Pasos para llenar la declaración de Importación o Exportación de Pescado o Fauna

Los siguientes campos de la declaración deben ser llenados en inglés por el importador (a entender en español):

1. Fecha de la Importación
2. Número de Licencia
3. Indicar si se trata de una Importación o Exportación
4. Puerto de Liquidación
5. Código del Propósito
6. Número de Documento de Aduana
7. Nombre de empresa Transportista
8. Número de Guía aérea o de B/L (bl madre y bl hijo)
9. Código de Transporte
10. Localización de Inspección
11. Número de cartones que contienen fauna
12. Marcas de cartones que contienen fauna
13.
 - a. Nombre completo del Importador/ Dirección/ Número de Teléfono/ Correo electrónico
 - b. Número de Identificador/ Tipo de Identificación
14.
 - a. Nombre completo del Exportador/ Dirección/ Número de Teléfono/ Correo electrónico
 - b. Código del país
 - c. Número de Identificador / Tipo de Identificación

15.
 - a. Despachador de Aduana, Agente Naviero o Consolidadora (Nombre completo de la entidad/ Dirección/ Número de Teléfono/ Correo electrónico)
 - b. Número de Identificador / Tipo de Identificación
 - c. Nombre del Contacto
16. Nombre, firma y fecha certificando bajo pena de perjurio, que la información suministrada es verdadera y correcta.

5.2.3. Registro del Establecimiento en la FDA

El fabricante o procesador, los empacadores y el área de almacenamiento, son establecimientos que deben registrarse ante la FDA, el cual aplica a cada una de las instalaciones, en el caso de ser compañías en conjunto. El registro es gratuito y se realiza en la página web de la FDA: <http://www.access.fda.gov>. Para el registro se debe considerar los siguientes aspectos:

- Indicar un agente que se encuentre en Estados Unidos
- Se solicita un nuevo registro solo para:
 - ✓ Cambio de propietario
 - ✓ Cambio de dirección del establecimiento
 - ✓ Fusión de empresas
- El registro además se lo puede realizar vía correo o CD

5.2.4. Requisitos específicos para los pescados importador – FDA

La entidad importadora de pescado en Estados Unidos, debe cumplir con los siguientes requisitos solicitados por la FDA que se encuentran en la parte 123, sección 21: Fish and Fishery Products, del Código de Regulaciones Federales (CRF por sus siglas en inglés):

- El importador debe estar verificado y obtener el producto pesquero de un país con registros y antecedentes activos. Puede también existir un acuerdo con la FDA en donde se proteja y se garantiza el producto pesquero con el cumplimiento de un sistema de inspección del país origen similar a la inspección realizada o una aprobada por la FDA y que ambos países comerciales estén en total acuerdo.

- Implementar un procedimiento de verificación escrita en donde se asegure que los productos pesqueros destinados para importación a los Estados Unidos, fueron procesados de acuerdo a lo solicitado por la FDA. Éstos procedimientos escritos deben mencionar al menos:
 - a. Especificaciones que aseguren que el producto no se encuentra adulterado en base a la sección 402 de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos ya que puede resultar perjudicial para la salud o a su vez, han sido procesados bajo circunstancias insalubres.

 - b. Medidas afirmativas que incluyan obtener por parte del productor de pescado, el plan HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) y registros de monitoreo de sanidad del producto pesquero a importar. Además se debe obtener un certificado indefinido o que aplique para cada embarque en donde se certifique que el producto es o fue procesado de acuerdo a los requerimientos solicitados por la FDA.

 - c. Inspeccionar habitualmente las instalaciones del productor extranjero para confirmar que el producto pesquero importado es procesado de acuerdo con los requisitos de la FDA.

 - d. Mantener en los archivos una copia en inglés del plan HACCP del productor exportador, y una garantía escrita por parte de él, donde confirme el que producto pesquero está procesado de acuerdo con los reglamentos de la FDA.

- e. Examinar periódicamente el pescado, y mantener en los archivos una copia en inglés de una garantía escrita por parte del productor exportador, donde ratifique que el producto pesquero está procesado de acuerdo a los reglamentos de la FDA.
 - f. Otro tipo de medidas verificadoras apropiadas que provean un nivel equivalente de seguridad en cumplimiento de los requerimientos de la FDA.
- **Terceros competentes:** El importador podrá contratar a una tercera persona para asistir o realizar las actividades de verificación solicitadas en la sección anteriormente requeridas por la FDA, incluyendo la redacción del procedimiento de verificación del importador.
 - **Registros:** El importador deberá mantener los registros en inglés que documenten el desempeño y los resultados de los pasos afirmativos especificados anteriormente en esta sección. Estos registros deberán estar sujetos a las disposiciones aplicables de 123.9.
 - **Determinación del cumplimiento:** Deberá existir evidencia de que todos los productos pesqueros que ingresan a Estados Unidos, han sido procesados bajo condiciones requeridas por la FDA. En caso de no existir la garantía de que el producto fue procesado de tal manera, el mismo será considerado como adulterado y será negada su entrada al país.

5.2.5. Envío de Aviso Previo

El FDA requiere también de un aviso previo (prior notice) el cual debe ser notificado antes del envío del pescado. Entradas de productos que no cuenten con este aviso o presentan problemas en el ingreso, son direccionados a la aduana. El Aviso Previo debe ser enviado con un mínimo de:

Tabla 17: Tiempo de aviso previo

Medio de transporte de tilapia importada por USA	Mínimo de horas
Aéreo	Mínimo 4 horas antes de la llegada al puerto
Marítimo	Mínimo 8 horas antes de la llegada al puerto

Fuente: FDA (Food and Drug Administration), 2009.
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Para su envío, se puede acceder electrónicamente a uno los siguientes medios:

- ACS de la oficina de Aduanas y Protección de Fronteras (CBP)
- PNSI perteneciente a la FDA

5.2.6. Otros requisitos del importador – FDA

Además, todo producto comestible que sea importado por Estados Unidos debe cumplir con las mismas obligaciones solicitadas a los productos locales, tales como el GMP (BPM) – 21 CFR 110 y todo lo relacionado al producto, como el embalaje, etiquetado, etc. Entre los requisitos básicos también solicitados por la FDA, el pescado debe ser:

- Seguro de Consumo
- Libre de Contaminación
- Correctamente manufacturado
- Debidamente etiquetado
- Llevar a cabo y regirse a las reglas y procedimientos administrativos

Para las importaciones de productos pesqueros a Estados Unidos, los puertos autorizados son:

Tabla 18: Puertos destinos de la exportación en Estados Unidos

Puertos designados para la importación de productos en Estados Unidos	
Anchorage, Alaska	Louisville, Kentucky
Atlanta, Georgia	Memphis, Tennessee
Baltimore, Maryland	Metairie, Louisiana
Burlingame, California	Miami, Florida
Chelsea, Massachusetts	Portland, Oregon
DFW Airport, Texas	Rosemont, Illinois
Elizabeth, New Jersey	Seattle, Washington
Honolulu, Hawaii	Torrance, California
Houston, Texas	Valley Stream, New York

Fuente: Pro Ecuador
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

5.2.7. Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios

Una vez registradas todas las instituciones relacionadas a la producción y comercialización del producto ante la FDA, la entidad les proveerá la guía de orientación llamada “Controles y Peligros” conjuntamente con las normas técnicas para las zonas de producción que aplican a todos los pescados, incluyendo la tilapia.

Es indispensable el registro de las entidades ante la FDA, puesto que al igual que los productos locales de USA, los productos extranjeros a ingresar al país, son sometidos a una inspección. El importador debe cumplir con todos los requisitos sanitarios y fitosanitarios para su correcta introducción al país norteamericano. En caso de no cumplir con los mismos, serán confiscados.

A su vez, el USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) ha establecido un procedimiento para evaluar el riesgo que representa importar productos animales y vegetales. No obstante, las medidas a tomar para ultimar este proceso y permitir el acceso son considerablemente lentas y débiles a las influencias políticas.

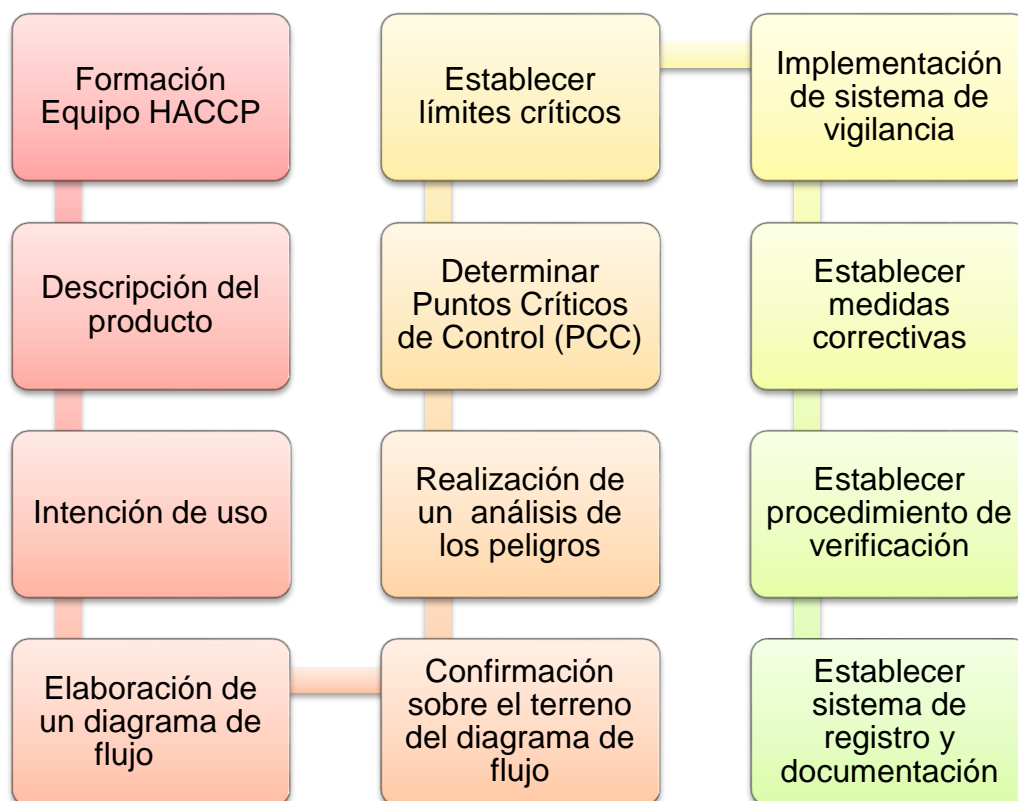
5.2.8. Reglamentos Técnicos

De acuerdo a la FDA, los productores deben estar claros de los peligros que presenta la zona en donde se cosecha la tilapia puesto que son para consumo humano. Es por ello que la FDA provee la guía que se necesita para cumplir con los requisitos establecidos. Mediante este manual de la HACCP, el importador debe asegurar sus conocimientos de la tilapia importada a Estados Unidos en base a:

- Parásitos
- Contaminantes químicos
- Toxinas Naturales
- Mercurio
- Medicamentos para Acuicultura, entre otros.

Para implementar el sistema HACCP, el establecimiento importador debe solicitar al productor exportador un plan donde se indique cómo se controla el pescado y cómo se aseguran de que cumpla con las condiciones requeridas. Este plan debe tener una secuencia lógica para su aplicación:

Ilustración 3: Implementación plan HACCP



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de Argentina
Elaborado por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Una vez dado el plan HACCP, los importadores contarán con los documentos necesarios que demuestren la higiene de la tilapia a importar.

5.2.9. Partidas y Barreras Arancelarias

Las importaciones de filetes de tilapia frescos o congelados no gravan aranceles desde Estados Unidos. Los importadores estadounidenses deben aplicar las siguientes tarifas de acuerdo a la partida arancelaria de la tilapia ecuatoriana requerida:

Tabla 19: Partidas y tarifas arancelarias

Código del Producto	Descripción	Régimen Arancelario	Arancel Aplicado	Equivalente Total Arancel Ad Valorem
03027111	Tilapias, excl. Filetes, hígados, huevas y lechas, frescos o refrigerados, con escamas, en contenedores inmediatos con un peso de su contenido < 6,8 kg.	NMF	3.00%	3.00%
03032300	Tilapias, congelado, excepto los filetes y demás porciones de carne, hígados, huevas y lechas.	NFM	0,00%	0,00%
03043100	Tilapias, filetes, frescas o refrigeradas.	NFM	0,00%	0,00%
03046100	Filetes de tilapia congelados.	NFM	0,00%	0,00%

Nota: NFM, Nación más favorecida
Fuente: Market Access Map
Elaborado: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Cabe mencionar que dichas partidas entraron en vigencia el 1 de enero de 2013 en sustitución de las siguientes partidas: 030269, 030379, 030419, y 030429, vencidas el 31 de diciembre de 2012, según información extraída de la SENAE.

Por otra parte, las partidas arancelarias de tilapias comúnmente exportadas por Ecuador, no gravan aranceles a excepción de la partida donde se menciona a la tilapia como entera fresca y con un peso menor a 6,8 kg. En ese caso, el valor a pagar por arancel, es del 3% pero en el caso de que supere dicho peso, el producto queda exento de pago.

5.3. Trámites Aduaneros y Procesos Logísticos para la exportación de tilapia a Estados Unidos

5.3.1. Registro del Exportador

El exportador ecuatoriano deberá obtener una autorización por parte del MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca). Para la autorización deberá adquirir un Acuerdo Ministerial mediante la Subsecretaría de Acuicultura y Pesca quienes a su vez inspeccionarán establecimientos como plantas, procesadoras y empacadoras para adicionalmente otorgar el Acta de Producción Efectiva. Una vez llenados estos documentos, se deberá además presentar el formulario de inscripción 11.1 para proceder con la verificación y proceso de revisión.

Posteriormente el exportador, previo al embarque de la tilapia, deberá dirigirse al INP (Instituto Nacional de Pesca) para solicitar el certificado sanitario, certificados de calidad, o los requeridos por el importador. El Instituto se encuentra equipado para realizar todo tipo de pruebas de calidad que el importador requiera. Ofrece al exportar Laboratorios de ensayos de Productos Agrícolas, Laboratorios de Antibióticos Prohibidos, Laboratorio de Materiales Pesados, Laboratorios de Química, Análisis y Microbiología de Alimentos (Pro Ecuador).

Por otro lado, la empresa exportadora o exportador ecuatoriano deberá registrarse en el SRI (Sistema de Rentas Internas) y obtener su respectivo RUC. Luego, se deberán realizar los siguientes pasos:

1. Por medio del Banco Central del Ecuador y Security Data se debe adquirir el Certificado Digital
2. Registro del exportador en Ecuapass

5.3.2. Transmisión de la DAE

Luego de contar con los documentos requeridos por el importador americano, se transmite electrónicamente la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) en el Ecuapass, junto con una factura o proforma y toda la documentación que se tenga previo al embarque de la carga. Aquella declaración genera un vínculo legal y la obligación del exportador de cumplir con los requerimientos de la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador).

La DAE debe estar compuesta por los siguientes datos:

- Exportador o Declarante
- Descripción de la carga
- Datos del consignatario
- Destino de carga
- Cantidades
- Peso y otros datos de la mercancía

La factura comercial original es necesaria para el envío de la DAE a través del Ecuapass; si el caso lo amerita, también se envía los certificados de origen y las autorizaciones previas de forma electrónica.

Cuando la DAE es aceptada, la mercancía debe ingresar a Zona Primaria del terminal asignado para embarque, mientras que el depósito temporal lo registra y lo almacena para la exportación. Posterior a esto, se le indicará al exportador el tipo de aforo asignado, los cuales pueden ser:

- Canal de Aforo Documental: Consiste en la revisión de la DAE, y de los documentos que lo acompañan, a cargo de un funcionaron designado al momento del ingreso de la carga. En caso de no existir novedad, se procede con el cierre de la DAE, cambiando su estado a “salida autorizada”. De esa forma la carga podrá ser embarcada.
- Canal de Aforo Físico: Se basa en la inspección física de la carga donde se confirma su naturaleza, pesos, bultos, origen, en comparación con lo declarado en la DAE y los documentos que lo acompañan.
- Canal de Aforo Automático: Se realiza mediante la validación electrónica de la DAE a través del sistema Ecuapass en donde la autorización de salida será automático una vez ingresada la carga al terminal asignado.

5.3.3. Proceso de Exportación

Para la exportación de la tilapia, es preciso considerar los documentos requeridos dentro de este proceso, los cuales aplican en el caso de que la empresa importadora lo solicite:

5.3.3.1. Certificado Sanitario

El Instituto Nacional de Pesca, otorga el Certificado Sanitario al productor exportador ecuatoriano. Este registro es requerido por el país importador, especialmente para el control llevado por la FDA. Además, es solicitado por la línea aérea en caso de transporte de la tilapia por ese medio.

Los laboratorios del INP (Instituto Nacional de Pesca) cuentan con tecnología de punta y personal capacitado que garantizan la calidad e inocuidad que requieren los mercados mundiales para obtener nuestros productos. Es por ello que para solicitarlo, los exportadores deben obligatoriamente dirigirse al Instituto con tan solo una muestra del tipo de tilapia a exportar. El mismo será analizado en los laboratorios y posteriormente se entregará el certificado sanitario (Instituto Nacional de Pesca).

5.3.3.2. Certificado de Origen

En caso del importador estadounidense requerir certificado de origen, el exportador deberá dirigirse a la Subsecretaría de Acuacultura y solicitarlo. Además existen entidades tales como Fedexpor y el MIPRO, que se encuentran autorizadas por la Subsecretaría, para emitir los certificados de origen los cuales tiene un costo de \$10,00. El exportador deberá registrarse en sus respectivas páginas web para la emisión del certificado.

Uno de los medios más utilizados por el exportador o por su agente de carga, es el registro en el Ecuapass para solicitar la DJO (Declaración Juramentada de Origen):

- En el Menú “Ventanilla única”, opción “Elaboración de DJO”, el exportador deberá generar la Declaración Juramentada del producto para obtener el respectivo certificado de origen. Mediante la DJO se confirma que el producto goce de origen ecuatoriano y tiene una duración de 2 años.
- Luego ingresan a: “Ventanilla única”, opción “Elaboración de Certificado de Origen” en donde el exportador llenará el formulario en línea y escogerá el lugar donde desea retirar el mismo; este podrá ser Fedexpor, MIPRO o Las Cámaras.

Por el Certificado de Origen, se emite 1 original y 2 copias las cuales deben estar en perfecto estado. Además, no es válida si la fecha de emisión de la misma es anterior a la de la emisión de la factura comercial del embarque.

5.3.3.3. Factura Comercial

Un trámite a realizarse previo a la importación del producto pesquero, es la creación de la factura comercial. Las facturas deben incluir los siguientes datos:

- Puerto de entrada de mercadería
- Descripción de la mercadería
- Cantidad
- Momento y lugar de la venta y nombres de comprador y vendedor
- En caso de estar consignada, debe figurar la fecha y origen de la carga
- Precio
- En caso de estar consignada, se detalla el valor de cada artículo en la moneda usada en las transacciones
- Tipo de divisa.
- Fletes, seguros, contenedores (en caso de tratarse de un transporte marítimo), tipo de embalaje y costo.

5.3.3.4. Lista de Empaque

El exportador deberá emitir una Lista de Empaque en hoja membretada por la empresa, destinada al importador en donde se detalle lo siguiente:

- Datos del exportar e Importador
- Lugar y Fecha de emisión
- Modo de embarque
- Pesos brutos y netos
- Bultos y marcas

- Descripción de la carga
- Embalaje
- Firma y sello del exportador

5.3.4. Requisitos solicitados por el país importador

El productor exportador deberá registrarse en la página de la FDA e indicar el número de registro al importador estadounidense para continuar con el proceso de comercialización (Ver sección 5.2.3).

Posteriormente, dos días antes del zarpe de la nave con la mercadería a bordo, el exportador deberá llenar el formulario ISF (Importer Security Filling) 10+2 emitido por la FDA. Esta solicitud es aplicada para todas las importaciones arribadas a Estados Unidos vía marítima. De igual forma como se mencionó en la sección 5.2.5. se debe enviar el respectivo aviso previo para conocimiento del importador del arribo de la carga.

5.3.4.1. Requisitos de etiquetado y empaque

La tilapia exportada hacia Estados Unidos es transportada con embalaje dentro de cartones, o al granel y debe considerar grados de temperatura y presión de aire, independientemente de su medio de transportación (marítimo o aéreo). Además debe indicar mediante una marca, el país de origen para conocimiento del consumidor final. Por ello debe ir marcada con la frase “Made in Ecuador”. Ya que la tilapia es un producto que no puede ser etiquetado, será suficiente con una marca en el recipiente exterior. De tratarse de un incorrecto o engañoso etiquetado, Estados Unidos impone su debida sanción.

Por ambas partes de la cadena de suministro, debe existir la debida instalación de refrigeración al igual que el producto que debe estar sellado herméticamente para, en caso de transportación marítima, evitar que el agua de mar se filtre.

Ciertas aerolíneas como KLM Royal Dutch Airlines, cuentan con instalaciones destinadas al procesamiento y envasado del pescado. También existe el denominado Envirotainer, el cual es un contenedor con características especiales como la temperatura controlada y es altamente demandado por los importadores estadounidenses.

5.3.5. Transporte de mercancías

Existen 2 vías de transportación para la tilapia hacia Estados Unidos. El transporte seleccionado varía en función a la presentación del pescado a exportar. El segmento de filete fresco, al ser más perecible que el congelado, requiere de una entrega inmediata, por ello el transporte seleccionado es el aéreo. Mientras tanto, la tilapia congelada, la cual no es tan demandada, es enviada por transporte marítimo.

5.3.5.1. Aéreo

Para la exportación de tilapia vía aérea, se requiere de un documento de transporte que indique el contrato de la mercancía entre las 2 partes. El exportador deberá solicitar y estar pendiente de la llamada Guía Aérea, la cual debe ser emitida por la línea aérea.

Este documento deberá incluir lo siguiente:

- Nombre del Exportador
- Nombre del Destinatario

- Número de vuelo y destino
- Aeropuerto de Salida y de Llegada
- Detalles de la mercancía: cantidad, volumen, peso, descripción y tarifa
- Condición de pago del flete
- Número de guía aérea
- Fecha de emisión

En caso de que el exportador preste los servicios de una consolidadora para el envío de su carga, deberá enviar una proforma a dicha entidad para que ellos posteriormente envíen a la aerolínea lo que desea que se incluya en la guía aérea. Una vez contado con el visto bueno del exportador y de la aerolínea, la empresa transportista transmitirá con tres horas previo a la salida del vuelo, su guía aérea master en el Ecuapass: <https://ecuapass.aduana.gob.ec/> mientras que la consolidadora cuenta con 48 horas después del vuelo para transmitir su guía hijo por el mismo medio.

Se debe considerar los siguientes aspectos para el envío aéreo:

- Ciertas aerolíneas como KLM, realizan el cobro de cargos adicionales en caso de tratarse de carga fresca.
- Para la transmisión de la guía aérea o guía hijo, una vez vencido el plazo de envío, el sistema Ecuapass genera multas por envío o correcciones tardías.
- Todas las transmisiones realizadas al Ecuapass dentro de este proceso, son enviadas con el uso del Token, el cual es una firma electrónica otorgada por el Banco Central del Ecuador.
- En caso de que el exportador no hace uso de una consolidadora, su agente de aduana realiza el envío de su guía hijo directamente al Ecuapass.

5.3.5.1.1. Costos

Para el envío de carga aérea mediante una consolidadora, se generan costos por:

- Corte de Guía
- Manipuleo de la carga
- Manejo de Documentos

Existen diversas aerolíneas tales como KLM, Avianca Airlines, Lan, entre otras, quienes ofrecen el servicio de transporte aéreo de mercancía fresca a diferentes destinos del mundo. Sus costos aproximados por emisión, son:

Tabla 20: Costos de aerolínea

Destino	Fees destino	por	Remisiones	Anulaciones	Remisiones en Horario Diferido
Internacionales: Colombia, Perú, Chile, Argentina, USA	\$	28,00	\$ 28,00	\$ 5,04*	\$ 15,12*

Nota: *Free aplica para todos los destinos
Fuente: Transoceanica
Elaboración por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

Una vez emitida la guía, ésta es enviada en el vuelo de la mercancía junto con los otros documentos solicitados por el importador norteamericano.

5.3.5.2. Marítimo

Para la exportación de tilapia vía marítima, se requiere también de un contrato de transporte, llamado Conocimiento de Embarque o B/L (Bill of Lading). Este documento representa la posesión de la mercadería además de indicar lo siguiente:

- Nombre del Embarcador
- Nombre del Consignatario / Notificador
- Nombre y Viaje del buque
- Fecha de embarque
- Cantidad, bultos, peso neto y descripción de la carga
- Condición del flete (prepagado o collect)
- Puerto de carga y descarga
- Letras y números de sellos de contenedor

El exportador puede hacer uso de una consolidadora o realizar el envío constando como embarcadores directos. En caso de realizar envíos mediante una consolidadora se debe considerar lo siguiente:

- El embarcador o exportador deberá realizar una reserva de su carga denominada booking, en la línea naviera.
- Una vez confirmada la reserva por parte de la naviera, el exportador deberá enviar a la consolidadora, una proforma de bl master en donde indique los datos de la carga en base a lo exportado.
- La consolidadora por su parte enviará la proforma a la línea naviera para generar el bl master.
- Una vez que el exportador y consolidadora aprueben el bl generado por la naviera, ellos le indicarán la fecha de cut-off o de corte al cliente para que agilite el embarque de la mercadería.

Usualmente el cut-off es de 48 horas o día y medio para que el cliente exportador gestione el retiro de la unidad del patio y embarque la mercadería lista para envío. El contenedor entregado con mercadería por parte de la consolidadora o exportador, deberá estar bajo temperatura -20° o -18° de manera que la carga se encuentre correctamente ambientada.

Para el envío de la carga al Ecuapass, la agencia naviera deberá manifestar su bl master en el Ecuapass hasta 12 horas después del zarpe de la nave. Para casos de consolidadoras, cuentan hasta con 48 horas después del zarpe de la nave para manifestar su bl hijo, mientras que si se trata de un embarque directo del exportador, su agente de aduana deberá transmitir su bl house bajo el mismo plazo. Pasado el plazo de envío, se generan multas por parte del Ecuapass o Aduana. Estos envíos son realizados con el uso de la Firma Electrónica, Token.

Los contenedores usados para envíos de tilapia, son de 40' refrigerados los cuales cuentan con un cubicaje de 50 m³ y tonelaje de 25 000Kg dependiendo de si la tilapia es embarcada con embalaje o al granel.

5.3.5.2.1. Costos

El costo promedio de flete para la exportación de tilapia con destino Estados Unidos, vía marítimo, es de \$3500 dólares, valor que incluye:

- BAF
- Documentation Fee
- Security
- Gastos locales

Los costos aproximados de las líneas navieras para gastos locales son:

Tabla 21: Gastos locales

Gastos Locales (Precios incluyen IVA)	
Orden de Emisión	\$ 50,40
Hecho x Contenedor	\$ 70
Security	\$ 44,80
THC	\$ 125
Inspección Antinarcoáticos (solo si amerita el caso)	\$85

Fuente: Greenandes Ecuador S.A
Elaboración por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

5.3.5.2.2. Tránsito

Se detalla a continuación días de tránsito de la carga desde Guayaquil, Ecuador hacia diferentes puertos de destinos de Estados Unidos.

Tabla 22: Rutas marítimas

Días de Tránsito	Servicio	Puerto de Embarque	Puerto de Transbordo	Puerto de Destino
20 días	Panama WestCoast of South America (PWS)	ECGYE (Guayaquil, Ecuador)	PACCT (Colón, Panamá)	USNYC (New York, USA)
19 días	PWS	ECGYE	PACCT	USBLT (Baltimore, USA)
18 días	PWS	ECGYE	PACCT	USCHR (Charleston, USA)
14 días	PWS	ECGYE	PACCT	USMIA (Miami, USA)

Fuente: Evergreen Line
Elaboración por: Karla Cabrera y Yuliana Ortiz

5.4. Conclusiones

El proceso logístico y aduanero para la exportación de tilapia, está dado por diferentes entidades participantes. El importador estadounidense debe cumplir con los requisitos solicitados por la FDA, y cumplir con los estándares dados por la aduana americana de lo contrario se dificulta el proceso de negociación. Los importadores establecen los parámetros que el exportador ecuatoriano debe cumplir para el correcto ingreso de la mercancía a puerto americano. El comprador o consignatario de la carga es quien solicita al embarcador los documentos o certificados necesarios.

Tanto el productor, como exportador o intermediario, deben estar registrados en la FDA y cumplir con las inspecciones de la carga, solicitadas para constancia de la aduana americana. Dichos documentos certifican la sanidad e higiene de la tilapia ecuatoriana y la confianza que pueden tener en su consumo. Tal es el caso de la HACCP, análisis que confirma las medidas preventivas de control del pescado.

Gracias a la exoneración de pago de aranceles para las partidas arancelarias comúnmente exportadas por Ecuador, nuestro ingreso al país Norteamericano no se ve afectado. El régimen de la Nación más Favorecida, aporta con el pago de aranceles de un 0,00%. Únicamente la tilapia entera, congelada o fresca, cuyo peso sea inferior a 6,8 kg, genera cobro de un arancel del 3%. La ventaja radica en la alta preferencia que tiene Estados Unidos hacia los filetes, por lo que dicho porcentaje no afecta mayormente las exportaciones.

Se puede determinar que el procedimiento aduanero requerido por la SENAE, es relativamente fácil reconociendo el avance tecnológico para el envío de manifiestos y declaraciones aduaneras. Mediante el sistema Ecuapass, se ha logrado un desarrollo considerable en la agilidad de trámites aduaneros y por ende en el despacho de las cargas en los puertos de destino.

Aquello nos otorga puntos de ventaja internacionalmente atendiendo con rapidez los requerimientos de los clientes importadores.

La presencia de entidades que confieren certificados o documentos requeridos en el exterior, aportan con la agilidad de la entrega de los mismos, de esa manera se logra optimizar tiempo en los procesos de despacho de la carga. Además, Ecuador cuenta con una variedad de líneas aéreas y navieras que contribuyen en el proceso de transporte para las exportaciones de manera ágil.

Los sistemas implementados por cada una de ellas ayudan a realizar un envío eficiente de las cargas. El control de la aduana ecuatoriana también favorece en el proceso logístico, llevando a cabo inspecciones con los que se logran realizar un correcto y ordenado despacho de carga.

6. CONCLUSIONES

Luego de la realización del estudio comercial y logístico, se pudo denotar que la producción nacional de tilapia se vio repercutida por la alta rentabilidad que generó el camarón. Por ello, las exportaciones al mercado estadounidense, principal destino, cayeron considerablemente un 71% en estos dos últimos años.

Por otra parte, Ecuador se caracteriza por la exportación de filete fresco de tilapia cuyo principal destino es Estados Unidos, seguido de Canadá y Colombia que optan por la presentación congelada del producto.

En relación con la competencia, se puede determinar que los principales proveedores mundiales de tilapia son China que exporta el pescado congelado, frente a Honduras y Costa Rica que ofertan la presentación de filete congelado y fresco, siendo estos últimos los competidores directos de Ecuador.

Cabe mencionar que el cultivo de tilapia en Ecuador se destina en gran parte hacia la exportación, el 80% de la producción nacional se cultiva para exportar, sin embargo, alrededor del 30% se logra vender en el exterior.

En el caso de Estados Unidos, mercado objeto de estudio, la demanda estimada con la que cuenta el producto es de 30,7 millones de dólares cuyo público objetivo son la población asiática y latina que se encuentran en las ciudades de Nueva York, Miami y Los Angeles. Asimismo, el mercado estadounidense importa cerca de 200 000,00 t de tilapia del mundo y solo reexporta alrededor del 5%, principalmente, hacia Canadá.

La tilapia ecuatoriana goza de gran aceptación en el mercado estadounidense, situándose como el quinto pescado más consumido por el país destino; asimismo, cuenta con los más altos estándares de calidad en sus granjas y se acoge al régimen de nación más favorecida que resulta un

beneficio para la comercialización del producto, ingresando al mercado con arancel 0%.

7. RECOMENDACIONES

La industria acuícola de tilapia está conformada por un número limitado de productoras – procesadoras que exportan el producto a Estados Unidos y Europa, de tal forma que estas manejan economías de escalas derivadas de la implementación tecnológica en sus cultivos. Esta práctica les permite obtener una mayor relevancia en el mercado internacional. Por ello, se deben aprovechar las líneas de crédito que el gobierno ecuatoriano ofrece a la piscicultura por medio de la Corporación Financiera Nacional, con la finalidad de generar más puestos de trabajo y explotar este sector que posee un gran potencial.

Asimismo, se deben tener en cuenta los programas y asesorías que ofrecen las distintas instituciones del país como el MAGP, Pro Ecuador y prefecturas para el fomento de la producción y, por ende, la internacionalización del producto.

También, los exportadores se deben plantear incursionar en nuevos nichos de mercado mediante la incorporación de un valor diferencial al producto que le otorgue al Ecuador un alto grado de competitividad. La tilapia se exporta como materia prima, únicamente, eviscerada y en filetes, podría exportarse como un producto precocinado.

Por último, se recomienda a las universidades, tener en consideración el presente trabajo de titulación como referencia para entender el proceso de exportación, las condiciones de entrada al mercado seleccionado y los requisitos exigidos por ambas partes para la realización de una correcta negociación de productos de esta clase.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Alceste, C. (2002). *Mercado y Comercialización de Tilapia en los Estados Unidos y la Unión Europea*. Obtenido de Panorama acuicola: <http://fis.com/panoramacuicola/noticias/noticia%205.htm>
- Aquaculture Production Technology Ltd. (2006). *Filetes frescos de tilapia: APT*. Obtenido de Aquaculture Production Technology Ltd.: http://www.aquaculture.co.il/markets/S_fresh_filletts.html
- Asociacion Latinoamericana de Integración. (2014). *Integración y Comercio: ALADI*. Obtenido de ALADI: http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSTITIOWEB/Inf_acuerdos_regionales_acdos
- Banco Interamericano de Desarrollo. (Noviembre de 2011). Se renueva ATPDEA. *Carta Mensual INTAL N° 183*. Obtenido de <http://www10.iadb.org/intal/cartamensual/cartas/Articulo.aspx?Id=ffdc9908-3f30-4041-aef1-d3c4f6274c7b>
- Ceballos Pérez, S. G. (2010). *Comercio exterior, producción y determinación de precios del maíz en México: implicaciones y propuestas para mejorar la competencia*. Obtenido de www.eumed.net/libros/2010b/682/
- Diario El Comercio. (12 de Julio de 2012). La relación diplomática entre Estados Unidos y Ecuador sigue en baja intensidad.
- Diario El Telégrafo. (21 de Septiembre de 2012). Ecuador supera la media mundial en el crecimiento del PIB.
- Diario El Universo. (2 de Agosto de 2012). *Colombia compite por nicho de tilapia tras TLC*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2012/08/02/1/1356/colombia-compite-nicho-tilapia-tras-tlc.html>
- FAO. (2007). *Características biológicas y taxonómicas: Tilapia Del Nilo*. Obtenido de Sistema de Información sobre Alimentos y Recursos Fertilizantes para la Acuicultura: <http://www.fao.org/fishery/affris/perfiles-de-las-especies/nile-tilapia/tilapia-del-nilo-pagina-principal/es/>
- Gómez, G. S. (2008). *Cuantificación de Valor en la Cadena de Suministro Extendida*. Asesoría Jurídica Leonesa S.L.
- infobae. (9 de Enero de 2014). La Fed espera un crecimiento de 3% para el PBI de los EEUU.

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2011). *¿Qué son barreras arancelarias? : PRO ECUADOR*. Recuperado el Febrero de 2015, de PRO ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Instituto Nacional de Pesca . (s.f.). *MAGAP*. Obtenido de <http://www.institutopesca.gob.ec/magap-fortalecera-trabajos-de-investigacion-del-instituto-nacional-de-pesca/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México D.F: Pearson Educación.
- Krugman, P. (2008). *Fundamento de Economía*. Reverte.
- Lince, J. (2013). La Experiencia de un Productor Ecuatoriano con una Fuerte Inserción en el Mercado Internacional. *Congreso Mundial de Tilapia* (págs. 27-31). Brasil: INFOPECA.
- M. Segovia. (Enero de 2002). *EL CULTIVO DE TILAPIA EN SISTEMAS CERRADOS EN ESTADOS UNIDOS*. Obtenido de INFOGRANJAS.COM.AR: <http://www.infogranjas.com.ar/ganaderia-y-pesca/229-acuicultura-1/107-el-cultivo-de-tilapia-en-sistemas-cerrados-en-estados-unidos>
- NOAA Fisheries. (2011). *The Surprising sources of your favorite seafoods*. Obtenido de FishWatch: http://www.fishwatch.gov/features/top10seafoods_and_sources_10_10_12.html
- NOAA Fisheries. (2014). *Annual Trade Data by Product through All U.S. Customs Districts*. Obtenido de NOAA Fisheries Science and Technology: https://www.st.nmfs.noaa.gov/pls/webpls/trade_allldstrct_byproduct.results?qtype=IMP&qyearfrom=2014&qyear=2014&qproduct=TILAPIA&qsort=DISTRICT&qoutput=TABLE
- NOAA Fisheries. (Septiembre de 2014). *Marine Aquaculture in the U.S. - Growing our Domestic Seafood.* Obtenido de http://www.nmfs.noaa.gov/aquaculture/docs/aquaculture_docs/seafood_supply_final.pdf
- Office of the United States Trade Representative. (s.f.). *Qué es el SGP*. Obtenido de USTR.gov: https://ustr.gov/sites/default/files/uploads/gsp/asset_upload_file925_14706.pdf

- OMC. (2015). *¿En qué consiste una medida sanitaria o fitosanitaria?* Obtenido de Organización Mundial del Comercio: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/sps_agreement_cbt_s/c1s3p1_s.htm
- Orozco, M. (19 de Octubre de 2014). *El fortalecimiento del dólar preocupa al exportador.* Obtenido de RevistaLideres.ec: http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/fortalecimiento-dolar-exportador_0_1233476650.html
- PRO ECUADOR. (2014). *TILAPIA EN ESTADOS UNIDOS.* Guayaquil: Dirección de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR. Obtenido de TILAPIA EN ESTADOS UNIDOS: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-tilapia-en-estados-unidos-2014/>
- Pro Ecuador. (s.f.). *Exportadores: Acuicultura.* Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/pesca-y-acuicultura/>
- RevistaLideres.ec. (17 de Julio de 2014). *Ecuador y la Unión Europea alcanzan acuerdo comercial.* Obtenido de http://www.revistalideres.ec/economia/Ecuador-Union_Europea-acuerdo_comercial_0_1176482342.html
- Reyes, E. (13 de Diciembre de 2014). *Cómo cultivar Tilapia.* (K. G. Cabrera, & Y. M. Ortiz, Entrevistadores)
- Ríos, A. K. (17 de Octubre de 2012). *slideshare.* Obtenido de <http://www.slideshare.net/anaordua/preferencias-arancelarias>
- Secretaría del Agua . (6 de Agosto de 2014). *LEY DE RECURSOS HIDRICOS II SUPLEMENTO RO 305 6-08-204.* Obtenido de <http://www.agua.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/LEYD-E-RECURSOS-HIDRICOS-II-SUPLEMENTO-RO-305-6-08-204.pdf>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.* Quito.
- Subsecretaria de Acuicultura. (2013). *Producción de Tilapia.* Guayaquil, Ecuador.
- Tropical. (2015). *Tropical Aquaculture Products, Inc.* Obtenido de <http://www.eattilapia.com/recipes/nutritional-facts/>
- Tropical USA. (2014). *Certifications: Operations.* Obtenido de Tropical Aquaculture Products, Inc.: <http://www.eattilapia.com/operations/certifications/>

- U.S. Department of Homeland Security. (21 de Agosto de 2014). *US Customs and Border Protection*. Obtenido de https://help.cbp.gov/app/answers/detail/a_id/204/~regulations-for-importing-seafood
- U.S. Food and Drug Administration. (10 de Junio de 2010). *Comunicado de Prensa de la FDA*. Obtenido de La FDA y la EPA emiten aviso propuesto actualizado sobre el consumo de pescado: <http://www.fda.gov/NewsEvents/Newsroom/PressAnnouncements/ucm400415.htm>
- Vera, M. (2014). *Los Incoterms 2010: Guía Práctica para el Manejo Comercial de los Incoterms 2010*.
- Zapata, V. (Enero de 2008). *Rompiendo la tradición: De describir la conducta de compra a comprender al consumidor*. Recuperado el 2015, de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3472/4919>

9. GLOSARIO

DHA: Docosahexaenoic acid (por sus siglas en inglés) es un ácido graso esencial poliinsaturado de la serie omega-3.

Hatchery: Primera etapa del proceso de cultivo de tilapia en donde se encuban los alevines de la tilapia.

Alevines: Momento en el cual las crías rompen el huevo y comienzan a alimentarse.

Reversión sexual: El cambio de sexo de un animal que el hombre realiza artificialmente administrando hormonas, generalmente estrógenos, con el fin de que machos improductivos lleguen a producir, huevos, carne, etc como si fuera hembras.

Policultivo: Cultivo de varios productos dentro de una misma área.

Propano: Es un gas incoloro e inodoro que pertenece a los hidrocarburos con enlaces simples de carbono, conocidos como alcanos.

HACCP (Hazard Analysis & Critical Control Points): Es un sistema que permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

ASC (Aquaculture Stewardship Council): Es una organización que administra los estándares mundiales para una acuicultura responsable.

BAP (Best Aquaculture Practices): Creado por el Global Aquaculture Alliance, establece los estándares de certificación para los criaderos, granjas, plantas de procesamiento y fábricas de piensos.

ISO 9001:2000 (ISO Standards): Estándares de Normas ISO que especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad solicitados por una organización.

SQF Level 3 (Safe Quality Food): Proporciona a las organizaciones un sistema riguroso para gestionar los riesgos de seguridad alimentaria para un producto seguro.

Bróker: Individuo o institución que organiza las transacciones entre un comprador y un vendedor para una comisión cuando se ejecute la operación.

Integración vertical: Compañías que están unidas por una jerarquía y comparten un mismo dueño.

FDA (Food and Drug Administration): Es una Agencia del gobierno de Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos, medicamentos, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos.

FWS (Fish and Wildlife Service): Conserva, protege y aumenta la cantidad de peces, vida silvestre, plantas y sus hábitats en Estados Unidos y protege las especies en peligro de extinción.

NMFS (National Marine Fisheries Service): Es responsable de la administración y gestión de los recursos marinos vivos de la nación y su hábitat dentro de los Estados Unidos

B/L master: Es un conocimiento de embarque o contrato de transportación de mercadería vía marítima que se establece entre un embarcador y un consignatario.

B/L hijo: Son los documentos que se van generando dependiendo de la cantidad de contenedores, carga o bulto que hace la consolidadora.

Se desprenden del BL master y reciben diferentes nombres dependiendo del desglose por carga o bulto.

Despachador de Aduana: Se entiende por despachadores de Aduana a los Agentes de Aduana y a los consignantes y consignatarios con licencia para despachar.

Consolidadora: Empresas que unifican mercancía de diferentes clientes dentro de un contenedor y distribuidos en ciertos espacios dentro del mismo.

Ecuapass: Sistema aduanero ecuatoriano que permite a los Operadores de Comercio Exterior poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Creado por la SENAE.

Guía Aérea: Instrumento no negociable que sirve como recibo para el remitente. Emitida por la aerolínea o por el consolidador, este documento indica que el transportista ha aceptado los bienes contenidos en la lista y que se compromete a llevar el envío al aeropuerto de destino.

Token: Se usan para almacenar claves criptográficas como firmas digitales o datos biométricos, como las huellas digitales.

Cut-off: Fecha límite de corte para embarque de contenedores en el terminal portuario.

THC: Terminal Handling Container o Manipuleo de Contenedor.

10. ANEXOS

Anexo 1: Tilapia Nilotica cultivada en Produmar S.A



Anexo 2: Producción de alevines de Tilapia – Laboratorio de Produmar S.A.



Anexo 3: Sala de incubación artificial de embriones de Tilapia – Produmar S.A.



Anexo 4: Piscina reproductora de Tilapia nilotica – Visita a Produmar S.A.



Anexo 5: Empaque de pescado congelado enviado al exterior - Pescarderg

