

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA

**Aplicación del Método Delphi para el Posicionamiento de la
Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de
Exportación del Ecuador**

AUTORAS:

**Ruiz Neira, Karla Azucena
Zambrano Condo, Elina Mariana**

**Trabajo de Titulación
previo a la Obtención del Título de:
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

Ing. Govea Villao, Lenin Oswaldo

Guayaquil, Ecuador

2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Karla Azucena Ruiz Neira, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ing. Lenin Oswaldo Govea Villao

REVISORES

Ing. Jorge Elías Kalif Barreiro

Msc. Laura Rosa Echeverría Echeverría

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Alfredo Ramón Govea Maridueña

Guayaquil, Julio del 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Elina Mariana Zambrano Condo, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ing. Lenin Oswaldo Govea Villao

REVISORES

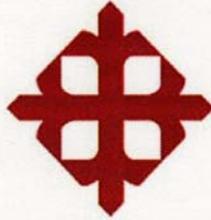
Ing. Jorge Elias Kalil Barreiro

Msc. Laura Rosa Echeverria Echeverria

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Alfredo Ramón Govea Maridueña

Guayaquil, Julio del 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Karla Azucena Ruiz Neira

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Aplicación del Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación del Ecuador** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, 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 mi total autoría.

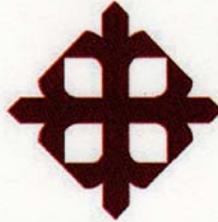
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, Julio del 2013

LA AUTORA



Karla Azucena Ruiz Neira



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Elina Mariana Zambrano Condo

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Aplicación del Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación del Ecuador** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, 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 mi total autoría.

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

Guayaquil, Julio del 2013

LA AUTORA

Elina Mariana Zambrano Condo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

AUTORIZACIÓN

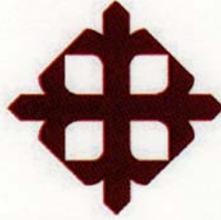
Yo, **Karla Azucena Ruiz Neira**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Aplicación del Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación del Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Julio del 2013

LA AUTORA:

Karla Azucena Ruiz Neira



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Gestión Empresarial Internacional

AUTORIZACIÓN

Yo, **Elina Mariana Zambrano Condo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Aplicación del Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación del Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Julio del 2013

LA AUTORA:

Elina Mariana Zambrano Condo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por ser mi guía y mi fuerza cada día de mi vida para poder alcanzar cada una de mis metas.

A mis padres por su dedicación, esfuerzo y apoyo incondicional a lo largo de mi vida, y así poder ver el fruto de su esfuerzo y sacrificio.

A mi compañera de tesis Elina Zambrano, quién ha trabajado con esmero y responsabilidad para que este trabajo se lleve a cabo y;

Finalmente, a todas aquellas personas que han aportado de forma directa o indirecta con sus conocimientos, opiniones, información y apoyo para presentar una tesis de alto nivel.

KARLA AZUCENA RUIZ NEIRA

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres y hermanos, por darme la estabilidad emocional, económica y sentimental, para poder llegar hasta este logro, que no hubiese podido ser realidad sin ustedes.

A mi compañera de tesis Karla Ruiz Neira, por su dedicación, entrega, responsabilidad y paciencia en la elaboración de este trabajo.

En general a todas y cada una de las personas que de una u otra forma han aportado para que esta tesis culmine con éxito.

ELINA MARIANA ZAMBRANO CONDO

DEDICATORIA

Dedico principalmente este trabajo a DIOS quién he encontrado mi fortaleza, constancia y determinación para poder luchar cada día por mis objetivos y no rendirme por más difíciles que estos.

A mis padres y hermano que han sido un pilar fundamental en mi vida con su apoyo incondicional, su ejemplo de vida, su responsabilidad.

A ti Rafael por tu apoyo, amor, paciencia y fortaleza para poder alcanzar cada una de mis metas y estar a mi lado incondicionalmente, y;

A mis amigos quiénes puedo decir son como mis hermanos y hermanas que con su apoyo, ayuda, consejo y ejemplo que me recuerdan que cuando uno quiere puede.

KARLA AZUCENA RUIZ NEIRA

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo, a Dios y a mis padres por haberme dado la oportunidad de existir. Gracias por todo papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado ahí brindándome todo su amor y apoyándome,

A mis hermanos Joffre, Adelita, Lady, quienes han estado a mi lado, brindándome su apoyo constante y comprensivo, por impulsarme siempre a superar mis metas y alertas ante cualquier problema que se me pueda presentar,

A mis queridos amigos, a quienes considero como mis hermanos por estar conmigo en todo este tiempo donde he vivido momentos felices y tristes.

A mis profesores por brindarme sus conocimientos y experiencias, en especial al Ing. Lenin Govea, quien fue nuestro guía en la realización de este proyecto.

ELINA MARIANA ZAMBRANO CONDO

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VII
INDICE GENERAL	IX
INDICE DE TABLAS	XIV
INDICE DE GRAFICOS	XV
INDICE DE GRAFICOS	XVI
RESUMEN	XVII
SUMMARY	XVIII
RÉSUMÉ	XIX
CAPITULO I	1
“INTRODUCCIÓN”	1
1.1 JUSTIFICACIÓN	1
1.2 PROBLEMA	3
1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA	6
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 GENERAL.....	6
1.3.2 ESPECÍFICO	6
1.4 MARCO REFERENCIAL	7
1.4.1 ANTECEDENTES.....	7
1.4.2 ANÁLISIS MARCO TEORICO	7
1.4.2.1 AGRICULTURA ORGANICA	7
1.4.2.1.1. APORTE	7
1.4.3 COMERCIO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS	8
1.4.3.1 FALENCIAS	8
1.4.3.2 OBSERVACIÓN	8
1.4.4 PRINCIPALES MERCADOS PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS	9
1.4.4.1 SIMILITUDES.....	9
1.4.4.2 OBSERVACIÓN	9
1.4.5 REGULACIONES EN LOS PRINCIPALES MERCADOS	10
1.4.5.1 INFORMACION INCOMPLETA.....	10
1.4.5.2 OBSERVACIÓN	10
1.4.6 PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.....	10
1.4.6.1 SIMILITUDES.....	10
1.4.7 AGRICULTURA ORGANICA NACIONAL.....	11
1.4.7.1 HONDURAS.....	11
1.4.7.2 ECUADOR	11
1.4.8 METODOLOGÍA	12

1.4.8.1 FACELENCIAS	12
1.4.8.2 OBSERVACIÓN.....	12
MARCO TEORICO	14
CAPITULO II.....	14
“AGRICULTURA ORGÁNICA” 14	
2.1 AGRICULTURA ORGÁNICA.....	14
2.1.1 PRINCIPIOS	15
2.1.2 IMPORTANCIA.....	16
2.1.3 OBJETIVOS.....	18
2.2 AGRICULTURA ORGÁNICA MUNDIAL	18
2.2.1LATINOAMÉRICA.....	19
2.2.2 OCEANÍA.....	21
2.2.3 EUROPA.....	22
2.3 AGRICULTURA ORGÁNICA EN ECUADOR.....	23
2.3.1 ANTECEDENTES.....	23
2.3.2 PRINCIPALES PRODUCTOS	25
2.3.3 VENTAJAS	28
CAPITULO III.....	30
“COMERCIO ORGÁNICO”	30
3.1 COMERCIO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS	30
3.1.1 DEMANDA MUNDIAL.....	30
3.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.....	33
3.1.3 TENDENCIAS.....	33
3.2 PRINCIPALES MERCADOS PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS	35
3.2.1ESTADOS UNIDOS.....	35
3.2.2 EUROPA.....	36
3.2.3 JAPÓN.....	36
CAPITULO IV	38
“MANGO ORGANICO ECUATORIANO”	38
4.1 MANGO ORGÁNICO ECUATORIANO	38
4.2 VALOR NUTRICIONAL DEL MANGO	38
4.3 VARIEDADES.....	41
4.4 MANEJO DE LA PRODUCCION.....	42
4.4.1 COSECHA.....	42
4.4.2 HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA COSECHA.....	43
4.4.3 CORTE DE LA FRUTA.....	44
4.4.4TRANSPORTE DE LA FRUTA	44
4.4.4.1GAVETAS PLÁSTICAS.....	44
4.4.4.2 SELECCIÓN	46
4.4.4.3 TRANSPORTE A LA SALA DE EMPAQUE	46
4.4.4.4 LABORES EN PLANTA EMPACADORA.....	46

4.4.4.4.1 RECEPCIÓN DE LA FRUTA	47
4.4.4.4.2 PESADO DE LA FRUTA.....	48
4.4.4.4.3 SELECCIÓN DE LA FRUTA.....	48
4.4.4.4.4 LAVADO DE LA FRUTA.....	49
4.4.4.4.5 TRATAMIENTO CON AGUA CALIENTE	50
4.4.4.4.6 ENFRIADO DE LA FRUTA	51
4.4.4.4.7 TRATAMIENTO CON FUNGICIDA	51
4.4.4.4.8 SECADO DE LA FRUTA	52
4.4.4.4.9 CALIBRADO	53
4.4.4.4.10 EMPAQUE DE LA FRUTA.....	54
4.4.4.4.11 ETIQUETADO DE LAS CAJAS	57
4.4.4.4.12 PALETIZADO Y ESTIBA	58
4.4.4.4.13 ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE	60
4.4.4.4.14 CONTROL DE LA MOSCA DE LA FRUTA.....	62
4.5 MERCADO MUNDIAL MANGO ORGÁNICO	62
4.6 PRINCIPALES MERCADOS IMPORTADORES DE MANGO	
ORGÁNICOS	63
4.6.1 ESTADOS UNIDOS.....	63
4.6.2 EUROPA.....	66
4.6.3 JAPÓN.....	68
CAPITULO V	71
“BARRERAS EN LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS	71
ORGÁNICOS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES”	71
5.1 BARRERA ARANCELARIA	72
5.1.1 ESTADOS UNIDOS.....	72
5.1.1.1 SISTEMA ARANCELARIO	72
5.1.2 JAPÓN.....	73
5.1.2.1 SISTEMA ARANCELARIO	73
5.1.3 UNIÓN EUROPEA.....	73
5.1.3.1 SISTEMA ARANCELARIO	73
5.2 PREFERENCIA NO ARANCELARIA	74
5.2.1 ESTADOS UNIDOS.....	74
5.2.1.1 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	74
5.2.1.1.1 LOS AGENTES CERTIFICADORES.....	76
5.2.1.1.2 CATEGORÍAS	77
5.2.1.1.3 COSTOS Y TRANSICIÓN	77
5.2.1.2 CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA	78
5.2.1.3 PLAGUICIDAS Y OTROS CONTAMINANTES	80
5.2.1.4 DESPACHO DE ADUANA	80
5.2.2 JAPÓN	81
5.2.2.1 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	81
5.2.2.1.1 LOS AGENTES CERTIFICADORES.....	83
5.2.2.1.2 CATEGORÍAS	83

5.2.2.2 CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA	84
5.2.2.3 PLAGUICIDAS Y OTROS CONTAMINANTES	85
5.2.2.3.1 LEY DE SANIDAD ALIMENTICIA.....	85
5.2.2.3.2 PLAN DE CUARENTENA.....	86
5.2.2.4 DESPACHO DE ADUANA	86
5.2.3 UNIÓN EUROPEA.....	87
5.2.3.1 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	87
5.2.3.1.1 LOS AGENTES CERTIFICADORES.....	88
5.2.3.2 CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA	89
5.2.3.3 PLAGUICIDAS Y OTROS	90
5.2.3.4 DESPACHO DE ADUANA	90
CAPITULO VI	92
OPORTUNIDADES COMERCIALES DE EXPORTACIÓN.....	92
6.1 ESTADOS UNIDOS	92
6.1.1 PREFERENCIAS ARANCELARIAS	92
6.1.1.1 LEY DE PREFERENCIAS COMERCIALES PARA LOS PAÍSES ANDINOS (LPCPA).....	92
6.1.1.2 LEY ANDINA DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y ERRADICACIÓN DE LAS DROGAS ATPDEA	93
6.1.1.3 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIA	93
6.1.2 ACUERDOS COMERCIALES INTERNACIONALES.....	94
6.1.2.1 NACIÓN MÁS FAVORECIDA MFN.....	94
6.2 JAPÓN	94
6.2.1 PREFERENCIAS ARANCELARIAS	94
6.2.1.1 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIA (SGP)	94
6.2.2 ACUERDOS COMERCIALES	95
6.2.2.1 NACIÓN MÁS FAVORECIDA	95
6.3 UNIÓN EUROPA	95
6.3.1 PREFERENCIAS ARANCELARIAS	95
6.3.1.1 SISTEMA GENERALIZADO PREFERENCIAL	96
6.3.2 ACUERDO COMERCIAL.....	96
6.3.2.1 NACIÓN MÁS FAVORECIDA	96
6.4 ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES	96
CAPITULO VII	99
“HIPÓTESIS”	99
7.1 HIPÓTESIS	99
CAPITULO VIII	100
“METODOLOGÍA”	100
8.1 MÉTODO.....	100
8.2 JUSTIFICACIÓN.....	100
8.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	102

8.4 SELECCIÓN DE EXPERTOS O MUESTRA.....	105
8.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS EXPERTOS A SELECCIONAR.....	106
8.4.2 TIPO DE MUESTRA.....	106
8.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	108
8.5.1 CUESTIONARIO	109
8.5.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	110
8.6 INSTRUMENTOS DE MEDIDA.....	110
8.7 CODIFICACIÓN DE LAS RESPUESTAS.....	112
8.8 FIABILIDAD DE LOS RESULTADOS.	112
CAPITULO IX	115
RESULTADOS ANÁLISIS DELPHI	115
9.1 PRIMERA PREGUNTA.....	115
9.2 SEGUNDA PREGUNTA	117
9.3 TERCERA PREGUNTA	119
9.4 CUARTA PREGUNTA	121
9.5 QUINTA PREGUNTA.....	123
9.6 SEXTA PREGUNTA	125
9.7 SEPTIMA PREGUNTA	127
9.8 OCTAVA PREGUNTA	129
9.9 NOVENA PREGUNTA.....	131
9.10 DECIMA PREGUNTA	133
CAPITULO X	135
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	135
10.1 CONCLUSIÓN	135
10.2 RECOMENDACIÓN	136

BIBLIOGRAFÍA

ANEXO

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 Superficie dedicada a la agricultura orgánica en Latinoamérica	20
TABLA 2 Superficie Agrícola Certificada y en transición en Ecuador	24
TABLA 3 Principales productos orgánicos	27
TABLA 4 Valoración nutricional del mango	40
TABLA 5 Variación de Importaciones 1999 - 2000	69
TABLA 6 Matriz Categoría y Clasificación de los países importadores de mango orgánico	97
TABLA 7 Matriz Clasificación de Oportunidades comerciales de los principales países importadores	98
TABLA 8 Datos personales Expertos	107
TABLA 9 Categoría de escala de calificación en cuestionario	111

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1 Principales grupos de productos agrícolas con % de participación	26
GRAFICO 2 Superficie Agrícola bajo manejo ecológico	32
GRAFICO 3 Importación de Frutas orgánicas Estados Unidos - Canadá	64
GRAFICO 4 Disponibilidad de frutas en el año.....	65
GRAFICO 5 Fases Delphi	105
GRAFICO 6 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	116
GRAFICO 7 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	118
GRAFICO 8 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	120
GRAFICO 9 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	122
GRAFICO 10 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	124
GRAFICO 11 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	126
GRAFICO 12 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	128
GRAFICO 13 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	130
GRAFICO 14 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	132
GRAFICO 15 Respuesta de Expertos en porcentajes.....	134

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Superficie mundial con cultivos orgánicos.....	34
FIGURA 2 Gavetas para traslado del mango	35
FIGURA 3 Recepción de la fruta	47
FIGURA 4 Selección de la Fruta.....	48
FIGURA 5 Máquina para el lavado de la fruta	49
FIGURA 6 Tanques para tratamiento Hidrotérmico	50
FIGURA 7 Mangos en Aspersión con cera fungicida.....	52
FIGURA 8 Calibrador electrónico por peso	54
FIGURA 9 Caja para exportación de Mango	56
FIGURA 10 Empaque de la fruta.....	57
FIGURA 11 Pallet con Mangos.....	59
FIGURA 12 Pallet ubicados en cámara de conservación	61

RESUMEN

El tema propuesto, se centra en conocer el tiempo en el cual se podría posicionar el mango orgánico ecuatoriano como producto principal de exportación en los principales mercados importadores, considerando ciertos puntos como que Ecuador posee alrededor de 60.000 hectáreas orgánicas certificadas, lo cual se ve reflejado en el PIB con un 3.75% dentro del 2.97% correspondiente al crecimiento del sector agrícola, conociendo también que la producción orgánica ha generado un mercado potencial que ha experimentado un valioso crecimiento durante los últimos años en la demanda de las principales potencias mundiales como Estados Unidos, como principal importador de estos productos orgánicos; Europa, a pesar de la producción interna que posee no logra satisfacer su demanda; y Japón, por las limitaciones de tierras para producir este tipo de productos no satisface la demanda; por otro lado estos mercados generan obstáculos para exportar e importar estos productos, puesto que deben cumplir con las exigencias impuestas en cada uno de los países importadores, tales como certificaciones, pago de tasas y demás, que en conjunto los podemos categorizar como barreras arancelarias y no arancelarias; y por último los diferentes acuerdos y preferencias arancelarias que generan diversas oportunidades para comercializar en estos mercados y así satisfacer la demanda a nivel mundial, pero de acuerdo a los estudios investigativos que hemos realizados el mango orgánico puede llegar a tener un nivel mayor de exportación que el mango convencional aunque no se convierta en producto principal de exportación.

Palabras Claves: Certificadas, Producción Orgánica, Barreras arancelarias y no arancelarias, Demanda a nivel mundial

SUMMARY

The proposed theme focuses on knowing the time in which you could position the Ecuadorian organic mango exports as the main product in major importing markets. If we consider certain points like that Ecuador has about 60,000 certified organic acres, which is reflected in GDP to 3.75% in the 2.97% growth for the agricultural sector. Also that organic production has created a potential market that has experienced a valuable growth in recent years in demand for major world powers like the United States, Europe and Japan. United States is the main importer of these organic. Despite, Europe is possessing domestic production can not meet demand. While Japan has limited of land to produce this type of product does not meet demand. On the other hand, these markets generate barriers to export and import these products, since they must meet the requirements in each of the importing countries, such as certificates, payment of fees and others that together we can categorize as tariff and non-tariff barriers. Finally, the various agreements and tariff preferences that generate many opportunities for marketing in these markets and to satisfy global demand, but according to research studies that have made organic mango can have a higher level of conventional mango export but does not become the main export product.

Keywords: Certified, Organic Production, tariff and non-tariff barriers, global demand

RÉSUMÉ

Le sujet traitera de connaître le temps dans lequel on peut positionner la mangue organique équatorienne comme un produit principal d'exportation sur les principaux marchés des importateurs, en considérant certains points comme que l'Équateur possède autour de 60.000 hectares organiques recommandés, ce qui se trouve reflété dans le Produit intérieur brut avec 3.75 % dans 2.97 % correspondants à la croissance du secteur agricole, en connaissant aussi que la production organique a généré un marché potentiel qui a expérimenté une croissance considérée pendant les dernières années sur les marchés principaux au niveau mondial comme les États-Unis, qui est l'importateur principal de ces produits organiques; l'Europe, qui malgré la production interne qu'elle possède ne réussit pas à satisfaire sa demande; et le Japon, par les limitations de terres qu'il possède pour produire ce type de produits qui ne satisfait pas la demande; Cependant ces marchés génèrent des obstacles pour exporter et pour importer ces produits, puisqu'ils remplissent probablement les exigences imposées de chacun des pays importateurs, tels comme des certifications, le paiement de taxes et les autres que dans l'ensemble nous les pouvons catégoriser comme barrières douanières et non douanières, et finalement différents accords et préférences douanière qui génèrent les diverses promotions de commercialiser sur ces marchés et ainsi de satisfaire la demande au niveau mondial., mais conformément aux recherches que nous avons réalisées, la mangue organique elle peut développer un plus grand niveau d'exportation que la mangue conventionnelle bien qu'elle ne devienne pas un produit principal d'exportation.

Mots-clés: Certifié, la production biologique, tarifaires et non tarifaires, la demande mondiale

CAPITULO I

“INTRODUCCIÓN”

1.1 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día cuándo se están buscando vías alternas para cuidar la biodiversidad, la fertilidad de los suelos y el consumo sano de alimentos, surge la producción orgánica, que cumple con estas condiciones, donde se hace especial énfasis en la alimentación, debido a ciertas enfermedades, las cuales están asociadas al consumo de alimentos con excesos de químicos en los cultivos; tales son los casos de intoxicación, malformaciones congénitas, otras enfermedades y trastornos producidos como consecuencia del uso indiscriminado de sustancias químicas en cultivos, han logrado que poco a poco la agricultura orgánica tome mayor importancia en nuestros tiempos (Muñoz. 2010). Partiendo de esta idea, si un motivo es el cuidado de la salud a nivel mundial, sería una razón base para el aumento de este tipo de producción, donde se ratifica lo siguiente “... se estima, así que el mercado de los productos orgánicos mueve más de 46 mil millones de dólares” (Muñoz, 2010); a su vez encontramos que “...en el año 2006, el mercado mundial de productos orgánicos alcanzo la cifra de 38.6 mil millones con un crecimiento respecto al año anterior del 16%”(Andrade & Flores, 2008); por tal motivo, podemos apreciar que es un mercado en crecimiento a nivel mundial que cada vez abarca más interés entre las empresas y los pequeños productores que ven en la agricultura orgánica una oportunidad de crecer en el mercado, lo cual para nosotras significa un área interesante de investigación de la cual se podrían beneficiar empresas agrícolas, pequeños agricultores y en especial países en desarrollo que busquen ampliar sus productos.

Por lo anteriormente mencionado no es de sorprenderse que Ecuador siendo un país agricultor por naturaleza ya esté realizando este tipo de producción agrícola ecológica en nuestros cultivos, ya sea aumentando o transformando sus hectáreas en plantaciones convencionales a plantaciones orgánicas. En el año 2001 existían 11,000 has certificadas de productos agrícolas, superficie que se duplicó en el 2007. (Andrade & Flores, 2008); por tal podemos notar que la agricultura orgánica se está desarrollando ampliamente en el país donde lo podemos tomar como un ejemplo de desarrollo económico en el área de agricultura no convencional.

Además, la producción orgánica en nuestro país cada vez está creciendo y ampliándose al exterior por la cual la exportación de nuestros productos orgánicos son reconocidos internacionalmente en los principales mercados como Japón, Estados Unidos y Europa, lo cual fomenta el desarrollo de las exportaciones y se ve reflejado en el PIB del país, donde en el 2008 el sector agrícola aportó con el 10.29% del PIB total (Universidad Agraria del Ecuador, 2012), representa un 2.97 % del crecimiento del PIB correspondiente al sector agrícola y de ese porcentaje el 3.75% solo pertenece a productos agrícolas varios como lo es la agricultura orgánica (EL Nuevo Empresario, 3 diciembre, 2008) y actualmente se espera el 5.0% en sector agrícola en su totalidad en el año (Aleman, 2012).; de tal manera observamos dos puntos importantes, uno que la agricultura orgánica convencional de nuestro país se ha mantenido en el mercado agrícola internacional y no se ha visto afectado el ingreso económico de este sector por la presencia de la agricultura orgánica y el segundo punto es que la exportación orgánica sería una clave importante para aumentar el ingreso económico del país en un futuro.

Al aumentar las exportaciones significa que el país está obteniendo reconocimiento en sus cultivos generando así productos principales de

exportación como banano, café, cacao y cítricos, fomentan a que otros productos orgánicos sigan su ejemplo e ingresen en el mercado internacional y comience a darse a conocer, por esta razón entre ellos hemos encontrado el mango orgánico, el cual comienza a surgir en exportaciones, como se indica que “En los últimos años se ha incrementado la variedad de productos orgánicos que, poco a poco, van ganando prestigio y abriendo sus mercados, como el camarón, el mango, la sábila...” (Andrade & Flores, 2008). Este producto en mención ha mostrado que tiene gran acogida en países como Estados Unidos que compra un 90% de la oferta ecuatoriana. (El Universo, 30 octubre, 2012). El mango no es un producto principal de exportación pero si tiene gran acogida en el exterior, por tal es una opción de crecimiento internacional a futuro lo cual generara interés en conocer el desarrollo de este producto.

Al conocer que la producción orgánica es un mercado en crecimiento donde poco a poco el Ecuador incrementa sus producciones y exportaciones del mango orgánico. Entonces abre la interrogante si este producto posteriormente se convertiría en un producto principal de exportación y así podemos darnos cuenta que hay otro medio de participación económica, por tal motivo consideramos que el método Delphi es el más idóneo para poder pronosticar un desarrollo de este tipo en el país.

1.2 PROBLEMA

1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al ser la producción orgánica un mercado en crecimiento en diversos países de la cual se estima que en la actualidad existen 63,4 millones de hectáreas orgánicas en el mundo, en comparación con 51 millones de hectáreas de la

temporada anterior, además que aproximadamente 30.4 millones corresponden a cultivos controlados y 33 millones a recolección silvestre, y que las 30.418.261 hectáreas de cultivos están siendo manejadas orgánicamente por más de 700 mil agricultores. (S.N, 2008); nos demuestra que la agricultura orgánica está creando oportunidades de desarrollo y crecimiento lo cual nos da como consecuencia el incremento de los ingresos rentables, que van en aumento cada vez más y por ende se ve reflejado en la economía de agricultores de todas partes del mundo, por lo cual conocemos que “Oceanía posee el 42% de toda la superficie orgánica mundial, y es seguida por Europa con un 24%, y Latinoamérica con un 16%.”(Andrade & Flores, 2008) y (S.N, 2008); con esto vemos que América Latina ocupa un tercer lugar a nivel mundial con su porcentaje de participación sobre la superficie total de cultivo orgánico mundial que refleja una excelente ventaja para todos los países que se encuentren en esta región, puesto que las naciones beneficiadas con mayor superficie dentro de esta región mostraría gran capacidad para cultivar y ofertar, y como por consecuencia estaría dentro de los países ofertante reconocidos en el mercado de cultivo orgánico.

Como lo habíamos mencionado América latina es un integrante en la oferta de productos orgánicos por su superficie de cultivo, pero esta región es más importante entre los demás ofertantes porque involucra a una gran cantidad de agricultores y productores en este mercado, con sus efectos en empleo y pobreza en las zonas rurales. (Andrade & Flores, 2008). Partiendo de esto, el Ecuador al tener actualmente participación en este mercado con productos ya reconocidos internacionalmente, se encuentra diversificando sus ingresos gracias a la agricultura no convencional y se ha convertido en un medio de desarrollo de empleos e ingresos en zonas rurales donde se incrementa sus hectáreas de producción orgánica.

Ecuador tendría que seguir de cerca este mercado y su participación económica creciente teniendo información de su desarrollo interno y externo a fin de proyectar estrategias posteriores en exportaciones e importaciones, punto que es ratificado diciendo “Existen pocos esfuerzos en la realización de estudios de mercado y de consumidores” (Andrade & Flores, 2008). Al no tener estadísticas claras y futuras de este mercado se estaría desaprovechando conocer sobre el desarrollo económico interno gracias a estos cultivos, de los cuales podemos dar una mención especial al mango que es un producto en auge, que está ganando prestigio en el exterior y que probablemente aumente su demanda, abriendo así oportunidades comerciales y de crecimiento a empresas ecuatorianas que se dediquen a la producción de este cultivo no orgánico, y pudiendo diversificar de esta manera sus opciones de producción de mango convencional al no convencional, o produciendo ambos tipos de cultivos.

Si el país no aprovecha claramente este tipo de producción, se estaría perdiendo la oportunidad de expandir su mercado ingresando nuevos cultivos orgánicos al mercado, que podrían asimilarse a otros en su reconocimiento internacional tales como el banano, el cacao, el café, y demás, o sino semejarse a un producto relativamente nuevo como el cultivo que proponemos como estudio, el mango, el cual siendo un cultivo no considerado como producto principal, pero sí de gran acogida internacionalmente, donde solo 2 empresas exportan este producto en su mayoría a Estados Unidos (Mango Ecuador, 2010). Es decir, este tipo de fuente de ingreso es aprovechable para fomentar el desarrollo económico y que se incremente en el futuro, solo sería necesario saber que esperar para aprovechar sus beneficios públicos o privados en el país.

1.2.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA

Conocer si se podrá diversificar el mercado agrícola del mango ecuatoriano convencional al orgánico, ampliando de esta manera las opciones de crecimiento económico y de su mercado, y como consecuencia saber si la agricultura orgánica de un producto en específico, como el mango llegará a ser un factor importante en el desarrollo económico de nuestro país si este llega a ser reconocido como un producto principal de exportación y así aprovecharlo para la producción y generación de oportunidades futuras.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 GENERAL

Pronosticar si en un lapso de 10 años la producción orgánica en el Ecuador incrementaría su participación económica en la producción, mostrando al mango como uno de los principales productos de exportación.

1.3.2 ESPECÍFICO

- Conocer la situación actual de cultivo orgánico Mundial
- Conocer la situación actual de cultivo orgánico en Ecuador.
- Identificar los mercados internacionales potenciales para la exportación de mango orgánico.

1.4 MARCO REFERENCIAL

1.4.1 ANTECEDENTES

Para la realización del presente estudio se ha tomado en cuenta los requerimientos para cumplir puntualmente con los objetivos fijados y lograr el alcance de la investigación. Para conocer el contexto en el que la presente tesis se desarrolla; en este trabajo de investigación se ha creado un marco de referencia con la siguiente lectura investigativa, titulada “*Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercado Internacionales Para estos Productos*”, es por este motivo que tomamos este trabajo como referencia, ya que nos sirvió como pauta para la realización de este proyecto investigativo, puesto que consideramos a esta investigación como una fuente necesaria para la ejecución de nuestra tesis.

Este marco referencial dará a conocer dentro de cada uno de los capítulos de la lectura investigativa que seleccionamos, cuáles fueron los puntos que consideramos importantes y que nos llevaron a tomar la decisión de basarnos en este proyecto para la realización de nuestra tesis.

1.4.2 ANÁLISIS MARCO TEORICO

1.4.2.1 AGRICULTURA ORGANICA

1.4.2.1.1. APORTE

Los términos generales, la historia, los principios, las ventajas, la importancia y los fundamentos de la agricultura orgánica que se han desarrollado en el séptimo capítulo, punto uno, del proyecto “*Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercado Internacionales Para estos Productos*”, nos ha servido para conocer la agricultura orgánica desde sus inicios, como se ha venido

desarrollando a través del tiempo, el valor que aporta tanto a la salud como al medio ambiente, es por esto que hemos considerado importante mencionar en nuestro estudio tres de los temas con mayor relevancia para nosotras, los principios, importancia y fundamentos.

1.4.3 COMERCIO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

1.4.3.1 FALENCIAS

“Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercado Internacionales Para estos Productos”, es un proyecto muy generalizado con respecto a la productos orgánicos, de acuerdo a los cuadros que nos presenta se basa en la demanda mundial de estos productos , conociendo que al momento hay un gran sin numero de productos tanto de origen vegetal como animal y los productos orgánicos industrializados; al realizar de esta forma la investigación se está desviando de su objetivo principal que es identificar los mercados a los cuales los productos no tradicionales que se producen en Honduras tengan más oportunidad de ingresar.

1.4.3.2 OBSERVACIÓN

Sobre el comercio mundial de productos orgánicos, es un tema fundamental para nosotras por que a través de las estadísticas que aquí encontramos, pudimos darnos cuenta la gran acogida que al momento tienen los productos orgánicos y las grandes expectativas de crecimiento que se auguran para el futuro.

Es por esto que hemos destinado un capitulo para poder mencionar la demanda mundial, y así conocer cuáles son los productos con mayor acogida en los principales países importadores, y asegurarnos que el producto que

escogimos, mango orgánico, tiene una tendencia creciente, ya que se encuentra entre las principales frutas a nivel mundial, por esta razón se está destinando una cantidad mayor de hectáreas para la producción de esta fruta

1.4.4 PRINCIPALES MERCADOS PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS

1.4.4.1 SIMILITUDES

La mayoría de las lecturas investigativas que hemos recopilado con respecto a los principales mercados para productos orgánicos, entre ellos el mango orgánico, coincide con la investigación realizada en Honduras, indicando que Estados Unidos, Europa y Japón son los tres principales mercados importadores de productos orgánicos, debido a que la producción nacional no cubre la demanda en cada país, tampoco logran ofrecer la cantidad suficiente durante ciertos periodos del año, esto quiere decir fuera de la estación de producción local, en el caso de Estados Unidos, con respecto a Europa.

1.4.4.2 OBSERVACIÓN

Con respecto a los principales mercados importadores de productos orgánicos, nuestro trabajo habla sobre cada uno de estos países al igual que el trabajo investigativo de Honduras, con la diferencia que nosotras estamos centradas en un solo producto el mango orgánico, además describimos el proceso que se realiza a partir de la cosecha de esta fruta hasta que llega a las manos del consumidor en cada uno de estos países.

1.4.5 REGULACIONES EN LOS PRINCIPALES MERCADOS

1.4.5.1 INFORMACION INCOMPLETA

“Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercado Internacionales Para estos Productos”, carece de información, es decir no menciona cuales son las barreras, certificaciones y demás controles que realizan en cada uno de los países a los que se pretende exportar este tipo de productos. En este punto se debería dar a conocer detalladamente cuales son los requisitos, formularios y demás documentación indispensable para realizar la actividad de exportación – importación, lo cual no está presente en este proyecto.

1.4.5.2 OBSERVACIÓN

En nuestro trabajo investigativo, destinamos el capítulo V para dar a conocer cuáles son las barreras en la comercialización de productos orgánicos en los principales países importadores, tema que no es abordado en profundidad por el trabajo referencial, por tal nos da un paso a seguir para mejorar la estructura de la información otorgada y aportar mayor información siendo esta más específica y acorde a los mercados que queremos estudiar.

1.4.6 PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

1.4.6.1 SIMILITUDES

Consideramos relevante la información mencionada en el proyecto de Honduras con respecto a este tema, es por esto que lo hemos considerada fundamental incluirla en nuestra tesis, además de analizar e investigar en otras fuentes para poder aportar un poco más de conocimiento a lo ya realizado por la

investigación “*Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercado Internacionales Para estos Productos*”.

1.4.7 AGRICULTURA ORGANICA NACIONAL

1.4.7.1 HONDURAS

A pesar de que el trabajo de investigativo proveniente de Honduras es muy generalizado, se puede observar que al llegar al punto donde da a conocer la producción nacional, lo hace de una manera descriptiva, esto es detallando los principales productos orgánicos que se producen allí, desde sus inicios hasta la actualidad, dando a conocer como se ha venido desarrollando a través de los años, mencionando cuales son los organismos que apoyan a esta nueva producción.

En este mismo capítulo, expande un poco más el tema de las certificaciones, enfocándose netamente en Honduras, indicando los pasos que deben seguir las empresas en este país para poder incursionar en la exportación de productos orgánicos. Además habla de los costos aunque lo hace de una manera teórica ya que no presenta cifras exactas.

Uno de los últimos puntos trata sobre las agencias en Honduras calificadas para poder emitir la certificación de estos productos orgánicos.

Finalmente concluye con las fortalezas y debilidades que tiene la agricultura orgánica en Honduras.

1.4.7.2 ECUADOR

Como lo hemos mencionado anteriormente nuestro proyecto está enfocado en el mango orgánico, a pesar de que no está considerado como producto

tradicional o no tradicional como lo es el mango convencional. Actualmente gracias a los estudios previamente realizados hemos constatado que la agricultura orgánica está en auge, compitiendo cada vez más con los productos convencionales, es por esto que hemos fijado nuestro objetivo principal en incrementar la participación económica de la producción de mango orgánico, a la vez que se convierta en uno de los principales productos tradicionales de exportación.

1.4.8 METODOLOGÍA

1.4.8.1 FACELENCIAS

En cuanto a la Metodología que fue utilizada en el proyecto de investigación en Honduras, se podría catalogar como carente de datos e incorrectamente aplicada.

- Como primer punto no existe una descripción de que método están utilizando y la justificación del porqué del mismo.
- En segundo lugar la aplicación de método no concuerda con los objetivos que el autor se había propuesto.
- Con respecto a la entrevista, esta no está desarrollada adecuadamente ya que de acuerdo a lo expuesto en el trabajo no tiene ningún aporte importante a la investigación, ya que no se ha desarrollado los puntos tratados en la misma.

1.4.8.2 OBSERVACIÓN

En cuanto a metodología nosotras utilizaremos para nuestro trabajo investigativo el Método Delphi.

- Una de las razones es que este método nos ofrece mejores predicciones gracias a la consulta de expertos, lo que no ocurre con los demás métodos econométricos alternativos.

- Otra de las razones que al tratarse de un problema en el cual interviene el medio ambiente, la salud y otros factores que aunque no se los considere principales, están sometidos a un elevado grado de incertidumbre directa o indirectamente con implicaciones éticas.

MARCO TEORICO
CAPITULO II
“AGRICULTURA ORGÁNICA”

2.1 AGRICULTURA ORGÁNICA

La agricultura orgánica se define como un sistema de producción que utiliza insumos naturales por medio de prácticas especiales, como composta, abonos verdes, control biológico y repelentes naturales, a partir de plantas, asociación y rotación de cultivos, rechazando el uso de productos químicos como fertilizantes, insecticidas, pesticidas y organismos genéticamente transformados en los cultivos; por tal motivo estos productos agrícolas ecológicos tienen que preparar su tierra solo con los productos mencionados anteriormente en un periodo de dos años previo a su siembra, y omitir el uso de químicos sobre la siembra, para que así el cultivo sea sometido a un control riguroso con el fin de conservar las características naturales de los productos. (López, 2011).

Aunque se pronostica que solo un pequeño porcentaje de agricultores llegaran a ser productores orgánicos, la demanda de estos productos no deja de ser una tentadora oportunidad de mercado; es por esto que si un agricultor desea manejar su finca o cualquier unidad de producción bajo un programa de agricultura orgánica, debe saber que el manejo orgánico es un sistema de gestión de la producción que utiliza principios y criterios fundamentalmente técnicos con énfasis en la fertilidad del suelo y en la actividad biológico. Las técnicas alternativas deben minimizar el uso de agroquímicos para proteger el medio ambiente y la salud humana, buscando la sustentabilidad integral del sistema. La producción orgánica está regulada por una estricta normativa internacional que considera exigencias para la producción vegetal y animal, de

inspección, certificación y etiquetado de los productos a objeto de garantizar su autenticidad (Bernal, G., 2010); este cuidado especial hace valioso al producto durante su cultivo, su producción y posterior cosecha, lo cual provoca que sea tan cotizado a nivel mundial en los últimos tiempos. Esta nueva forma de cultivo ha tenido como resultado en el sector económico el desarrollado y la creación de empresas productoras, comercializadoras y de servicios orgánicos, es decir todo un nuevo mercado de los cuales algunos países han aprovechado las lucrativas oportunidades de exportaciones que ofrece la agricultura orgánica.

2.1.1 PRINCIPIOS

La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) es una organización internacional que provee de pautas para la producción, elaboración, etiquetado y marketing de alimentos producidos de manera orgánica, es por eso que los estándares del IFOAM se consideran como las normas mundiales mínimas para los productos orgánicos y a su vez que la mayoría de los estándares de certificación orgánica están basados y acreditados en criterios de esta institución que representa a 720 organizaciones privadas en 98 países alrededor mundo, por tal motivo esta institución crea los principios de la agricultura orgánica, los cuales fueron planteados con el fin de lograr el propósito de la contribución que la agricultura orgánica puede hacer al mundo y una visión para mejorar toda la agricultura en un contexto global (IFOAM, S.F).

Según estos principios básicos que fomentaron en primera línea los cultivos orgánicos son:

- Principio de salud: Mantener un suelo limpio sin ningún tipo de químico para provocar el bienestar del mismo, de los cultivos, de animales y

personas que al alimentarse de productos sanos con menos químicos y pesticidas no influyen en la salud de los mismos.

- Principios ecológicos: El uso de sus recursos naturales, provoca que la agricultura siga un ritmo normal en su producción, ayudando a su ecosistema, a los seres vivos que se encuentran en el entorno y también el mantenimiento del aire, agua y la biodiversidad.
- Principio de equidad: Promueve que la tierra y los seres humanos tienen que vivir en armonía, sin que el hombre explote los suelos hasta llegar al punto que este se marchite y no poder cultivar más, y así mantener el respeto al mismo y los seres vivos que habitan en él.
- Principio de precaución: La agricultura orgánica debe de llevarse a cabo de forma conjunta con la tecnología para fomentarla y mantener su biodiversidad y fertilidad de los suelos, de esta manera preservarlo para futuras generaciones.

2.1.2 IMPORTANCIA

La producción orgánica tiene varios puntos esenciales que le dan una importancia relevante a los países que utilicen este tipo de cultivo para fomentar el desarrollo interno, entre ellas tenemos:

- Conocimiento campesino

La agricultura orgánica es un conocimiento ya adquirido por los pequeños productores que fueron traspasados de generaciones en generación. (S.N, 2008), inclusive el ITC menciona que la agricultura orgánica nace para desarrollo de los pequeños agricultores.

- Utilizar recursos locales para minimizar costos

Al poder utilizar sus recursos naturales como abono orgánico ya sea este animal u otro tipo de desechos los cuales se basa este tipo de agricultura, disminuyen la necesidad de químicos y fertilizantes costosos para los pequeños productores.

- Es menos vulnerable frente a la fluctuación de precios

Al ser intensiva en mano de obra, conocimiento y recursos locales, sus costos son estables y el mercado ecológico mantiene también precios más estables. (S.N, 2008)

- Es adecuada para los pequeños productores

En un país como el nuestro donde hay sectores de escasos recursos, donde los pequeños productores no pueden adquirir con facilidad químicos o fertilizantes como grandes empresas, la producción orgánica es ventajosa al no gastar en químicos. Según la IFAOM la agricultura orgánica busca el crecimiento de países en desarrollo así mismo de sus pequeños productores.

- Se adapta a condiciones climatológicas difíciles

El 70% de las tierras agrícolas se cultivan bajo sequía y muchas veces sufren heladas, vientos, lluvias excesivas, sequías, etc. Con estas condiciones, los sistemas agroecológicos maduros resisten mejor estas situaciones difíciles (S.N, 2008), con esto los países que tengan cambios extremos en sus condiciones climáticas y que dependan de sus ingresos de los cultivos, estos tendrían una opción de seguridad al saber que estos productos resisten los cambios climáticos al menos hasta que estos vuelvan a su normalidad permitiendo disminuir las pérdidas de cosechas en menor porcentaje.

2.1.3 OBJETIVOS

Como se mencionó anteriormente la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) busca que la agricultura orgánica cumpla con ciertos objetivos que van desde el cuidado del medio ambiente hasta el desarrollo económico, es así que esta institución nos indica los objetivos más relevantes:

- Producir alimentos de alta calidad nutritiva
- Cultivar con el fin de proteger el suelo y evitar su erosión
- Protección de microorganismos, fauna y flora del suelo, las plantas y los animales.
- Mantener la fertilidad de los suelos.
- Uso de recursos locales en los cultivos reciclando los nutrientes minerales y materiales orgánicos.
- Desarrollar la productividad buscando un ingreso económico familiar de pequeños agricultores
- Implementar un sector seguro para la producción para los agricultores
- Disminución de químicos o fertilizantes en cultivos y suelos.

2.2 AGRICULTURA ORGÁNICA MUNDIAL

Según el IFOAM existe 37 millones de hectáreas destinadas al cultivo ecológico alrededor del mundo, por lo cual el área de cultivos ecológicos permanentes en todo el mundo aumentó en aproximadamente un 6% provocando el ingreso de 44,5 millones de euros con respecto al 2010 (IFOAM, 2012). Al ir creciendo este mercado también crece la superficie destinada a estos cultivos, se podría indicar que son proporcionales, por ende en el 2008 se estimó que “Oceanía posee el 42% de toda la superficie orgánica mundial, y es seguida por Europa

con un 24%, y Latinoamérica con un 16%.”(Andrade & Flores, 2008) y (S.N, 2008), mas en el 2012 la superficie ecológica con mayor porcentajes de hectáreas destinadas a estos cultivos está ubicada en Oceanía con 33%, Europa con 27% y América Latina con 23%, donde Australia es el país con mayor área de agricultura ecológica con 12 millones de has, seguido por Argentina con 4,2 millones de has y EE.UU. con 1,9 millones de has. (IFOAM, 2012), lo cual nos muestra los tres principales regiones productores a nivel mundial.

2.2.1LATINOAMÉRICA

En América latina encontramos que proviene la mayor parte de los productos agrícolas, de los mismos en su mayoría son de exportación, no es de asombrarse que tenga cierta porción de sus hectáreas para la producción de cultivo orgánicas se conoce que la superficie mundial dedicada a la producción orgánica alcanza los 37 millones de hectáreas, de las cuales el 23% se encuentra en América Latina (Willer, H. & Kilcher, L, 2011), y a su vez el país con mayor relevancia en esta región es Argentina, este país tiene la mayor superficie dedicada a la producción orgánica, ocupando el segundo puesto a nivel mundial y Uruguay se convirtió en el país Latinoamericano con la más alta proporción de tierras dedicada a la producción orgánica, y alcanza la novena posición mundial. (S.N, 2008) & (Willer, H. & Kilcher, L, 2011).

Superficie dedicada a la agricultura orgánica en Latinoamérica ²⁷			
Países	2005	2006	2007
	Tierra orgánica en hectáreas		
Argentina	2,800,000	2,800,000	3,099,427
Belice	1,810	1,810	1,810
Bolivia	364,100	364,100	364,100
Brasil	803,180	887,637	842,000
Chile	646,150	639,200	45,000
Colombia	33,000	33,000	33,000
Costa Rica	13,967	13,945	9,473
Cuba	10,445	10,445	15,443
República Dominicana	22,151	72,425	51,391
Ecuador	60,000	27,436	44,661
El Salvador	4,900	9,100	5,256
Guatemala	14,746	14,746	12,110
Guyana	109	109	109
Honduras	1,769	1,823	1,823
Jamaica	1,332	1,332	376
México	400,000	295,046	307,692
Nicaragua	10,750	59,000	51,057
Panamá	5,111	5,244	5,244
Paraguay	91,414	91,414	59,500
Perú	150,000	260,000	84,872
Trinidad y Tobago	----	80	67
Uruguay	760,000	759,000	930,000
Venezuela	16,000	16,000	16,000
Surinam	250	----	----
Total	6,211,184	6,362,892	5,980,321

Tabla 1 Superficie dedicada a la agricultura orgánica en Latinoamérica

Fuente: S.N. 2008. Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercados Internacionales

Recuperado de:

<http://www.sici-unah.org/art/Agricultura%20Organica%20en%20Honduras.pdf>

Desde este grafico podemos apreciar que los países miembros del MERCOSUR se convierten en un bloque comercial con la mayor superficie orgánica entre los demás países de Latinoamérica. De esta manera podemos conocer si tienen una gran participación en hectáreas y a su vez conocer a sus principales países productores.

Según el IFOAM los principales países de esta región son Argentina con 4,4 millones de hectáreas, Brasil con 1,8 millones de hectáreas, y Uruguay con 930'965 hectáreas, de los cuales la mayoría de productos ecológicos procedentes de países latinos se venden en los mercados europeos, norteamericanos o japoneses. (Willer, H. & Kilcher, L. 2011)

2.2.2 OCEANÍA

Esta región contribuye con el 33% de la superficie orgánica alrededor del mundo, es decir que ocupa un tercio de todas las hectáreas a nivel mundial, donde sus principales estados con cultivos orgánicos son Australia, Nueva Zelanda, Fiji, Papua Nueva Guinea, Tonga y Vanuatu, en los cuales el 99% de todos los cultivos en Oceanía se encuentra en Australia con 12 millones de has, luego sigue Nueva Zelanda con 124,000 has y Vanuatu con 8,996 has, dentro de los cuales se cuenta con 8,466 productores (Willer, H. & Kilcher, L., 2011), es decir que cuenta con un vasto sector agrícola que fomenta estos cultivos y que cada año van creciendo más, donde los productores ven coma fuente de desarrollo económico.

Internacionalmente los países productores de esta región tienen un gran mercado concentrado especialmente en Europa, en particular Reino Unido, Italia, Suiza, Francia, los Países Bajos y Alemania, que concentran el 70% de las exportaciones. (Rincón, S., 2007), con lo expuesto se puede determinar que

los países de Oceanía concentran su nicho de mercado en Europa del cual estos países productores se desarrollan económicamente al acaparar gran porcentaje de uno de los principales mercados exportadores a nivel mundial. Todo esto ha generado exigencia en sus certificaciones y normas, al punto que el reglamento de la Unión Europea tiene a Australia como uno de los países que cumple a cabalidad con su reglamento de certificación europea, lo cual genera un incremento en la preferencia del mercado europeo.

2.2.3 EUROPA

Esta es la segunda región con mayor superficie de cultivo orgánico en el mundo que representa el 25% de tierras a nivel mundial, cuyos porcentajes están representados con más de 250,000 granjas en toda Europa. Dentro de esta región se destacan los siguientes países por tener mayor área orgánica estos son España con 1,3 millones de has, Italia con 1,1 millones de has y Alemania con 0,95 millones de has. (Willer, H. & Kilcher, L., 2011), a su vez “Italia es el país con el número más alto de granjas” (Rincón, S., 2007). Esta región por su vasta superficie territorial y por el hecho de preferencia a la alimentación sana fueron uno de los motivos para que Europa tenga tantas has repartidas en millones de ellas lo cual puede fomentar a otros países europeos para que promuevan este tipo de agricultura, en lo cual encontramos que esta idea se está dando puesto que hay cinco países en Europa con más de un diez por ciento de tierras orgánicas los cuales son Liechtenstein con 26,9 por ciento, Austria con 18,5 por ciento, Suecia con 12,6, Suiza con 10.8percent y Estonia con 10,5 por ciento. (Willer, H. & Kilcher, L., 2011).

Estas grandes superficies ecológicas promueven que los países europeos exporten y busquen mercados donde se puedan desarrollar en los cuales podemos nombrar países como Alemania que ha obtenido ingresos de 5'800

millones de euros, Francia con 3'041 millones de euros y Reino Unido con 2'065 millones de euros. (Willer, H. & Kilcher, L., 2011), este comercio y sus ingresos millonarios fomentaron el apoyo a la agricultura ecológica en la Unión Europea que incluyen subvenciones, la protección jurídica y planes de acción nacionales, de igual manera la creación de certificados europeos para la comercialización siendo estos muy estrictos tanto para productos internos como externos.

2.3 AGRICULTURA ORGÁNICA EN ECUADOR

En el Ecuador como un país agrícola por naturaleza no podría estar exento al cultivo orgánico, del mismo al transcurrir el tiempo ha demostrado poco a poco ser un eje de acción en el manejo de los recursos naturales y la sostenibilidad de los sistemas de producción, en especial para los pequeños productores se ha convertido en una alternativa válida para la diversificación de la producción y de las fuentes de ingresos.

Adicionalmente, las prácticas de la agricultura orgánica no solo se dan en busca de aumentar ingresos económicos sino para la lucha contra la erosión, la utilización y conservación de la biodiversidad, la no utilización de productos químicos de síntesis favorecen el mejoramiento de las condiciones ambientales y la salud de las comunidades rurales y urbanas.

2.3.1 ANTECEDENTES

Los primeros proyectos de producción orgánica datan de principios de los años 90 por FUNDAGRO con el Ing. Manuel Zuquilanda y lograron la certificación de hortalizas en 1994 en la provincia de Pichincha, luego en el 1995 se inicia la certificación de banano, orito, cacao, cítricos, caña de azúcar y quinua

provenientes de pequeños productores asociados (El Oro, Guayas y Chimborazo). Esta primera oferta de productos certificados se presentó en la feria BIOFAR, en San José de Costa Rica, en el mismo año y los dos años consecutivos.

La primera Asociación de Productores Biológicos – PROBIO, cuyos miembros se dedicaban a la agricultura orgánica según normas apropiadas y controladas por un sistema de certificación interno, fue fundada en el año 1995, posterior a esto en marzo 2002 se realiza la primera feria agro- orgánica BioEcuador en Riobamba, organizado por ERPE y BCS-Ecuador, en la que se resaltó la creación del Movimiento Nacional de productores Orgánicos con 65 firmas entre productores, exportadores, organizaciones de soporte y demás asistentes (Landauer, H., & CORPEI, S.F.)

De esta manera en nuestro país se ven impulsados los primeros proyectos agrícolas ecológicos, de esta manera también se ve apoyado por algunos OMG u organizaciones que establecieron como principal meta la ayuda al desarrollo de la agricultura orgánica a países como el nuestro, a partir del cual se ha generado un crecimiento importante en cuanto a las exportaciones y la superficie destinada a los cultivos orgánicos. (Andrade & Flores, 2008).

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superficie total certificada (ha)	11000	16377	24000	29752	36163,76	40211,43	46053,72
Superficie total en transición	ND	ND	ND	5501	5290,54	5950,07	5580,54
Total (ha)	11000	16400	24000	35252	41454,3	46161,5	51634,25
Crecimiento anual		49,1%	46,3%	46,88%	17,60%	11,30%	11,9%

Tabla 2 Superficie Agrícola Certificada y en transición en Ecuador

Fuente: Andrade, D., & Flores, M. (2008). Consumo de productos orgánicos / agroecológicos en los hogares ecuatorianos. VECOANDINO.

Recuperado de:

<http://es.scribd.com/doc/12688568/Estudio-Consumidores-VECO-Andino>

Como podemos apreciar existe una tendencia en el crecimiento de la superficie certificadas destinada netamente a la agricultura ecológica desde el 2001 al 2007, tiempo en el cual se han incrementado favorablemente en este sector con su mayor alza del 2002 al 2004, con esto en el 2007 las hectáreas totales en el país es de 51.634.25 con un 11.9% de crecimiento a comparación de años anteriores, por esto es claro indicar que en nuestro país la agricultura orgánica se desarrolla satisfactoriamente provocando un crecimiento continuo cada año tanto en el incremento de sus hectáreas como en sus organismos de operación.

2.3.2 PRINCIPALES PRODUCTOS

En el país los productos que no son petroleros tienen gran aceptación en el mercado internacional, pero en especial los productos agrícolas si se los compara con otros productos gozan de excelentes participación como por ejemplo el banano con un 29%, lo cual indica que la exportación de los productos agrícolas tradicionales y orgánicos influye con su participación en el desarrollo y crecimiento económico.



Grafico 1 Principales grupos de productos agrícolas con % de participación
 Fuente: PRO-ECUADOR. (2012). Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones
 Recuperado de: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/PROECUADOR_IC_02-15.pdf

Partiendo de esto no es de extrañarse que este sector se diversifique al ver que este mercado puede aún crecer más, es por eso que desde el 2002 Ecuador registra un incremento anual de tierras certificadas como orgánicas del 10% al 49,1%. Hasta el 2007, en el país se contabilizaron cerca de 60.000 hectáreas certificadas. (El Universo, 2009), nos muestra que hay gran acogida de este tipo de cultivo en el país, en los cuales se destacan el aumento en hectáreas de las siembras de productos como el banano, cacao, café, cítricos entre otros los cuales poco a poco han ganado participación en el mercado internacional convirtiéndose en principales productos de exportación.

Principales productos orgánicos		
Banano y Orito	12.000 ha	360.000 TM/año
Cacao	5.300 ha	1.060 TM/año
Café	3.500 ha	490 TM/año
Palma Africana	3.500 ha	38.500 TM/año
Camarón	1.812 ha	

Fuente: CORPEI 2004

Tabla 3 Principales productos orgánicos

Fuente: Muñoz, A. (2010). Agricultura Orgánica en el Ecuador. AGRYTEC

Recuperado de: http://www.agrytec.com/agricola/index.php?Itemid=22&catid=34:articulos-tecnicos&id=3578:agricultura-organica-en-el-ecuador&option=com_content&view=article

Según el gráfico podemos apreciar que hasta el 2004 el banano, el café y el cacao son los productos de exportación no petroleros que generaron mayor participación en porcentajes en el mercado internacional en comparación con otros productos, en años posteriores esto es ratificado por otros medios que mencionan como principales productos que se venden al exterior: el banano, café, cacao y la caña de azúcar. (Andrade & Flores, 2008); los cuales sus mercados son Estados Unidos, Alemania, Suiza, Bélgica, Holanda, España, Austria e Italia. (El Universo, 2009)

Actualmente los principales productos comprenden el banano y sus derivados (puré, flakes, polvo) y una variedad de otras frutas tropicales como el banano orito, morado, mango, piña, arazá. Rubros importantes son el café y el cacao, la caña de azúcar y derivados, vegetales y hortalizas frescas y congelada (brócoli, lechugas, aguacate, otros), hierbas y especias (pimienta); cultivos andinos como la quínoa, el amaranto y el choclo, productos provenientes de la recolección silvestre (hongos de bosques de pino, achiote, otros) y productos acuícolas (camarones). Las exportaciones más importantes actualmente son el

banano, brócoli congelado, café, la quínoa y en menor escala cacao, camarón, mango, panela molida de caña y hogos secos. Los productos ecológicos se destinan a Europa, Estados Unidos y Japón. Se espera que en dos a tres años Ecuador ocupará el primer lugar de las exportaciones mundiales de banano orgánico certificado. Ecuador es el primer país que ha desarrollado la producción de camarones orgánicos, con primeras exportaciones en el 2001. Existe un gran interés en la agricultura orgánica por parte de varios productores; desde grupos de pequeños productores asociados hasta grupos empresariales grandes y se espera que un crecimiento significativo del área certificada en los próximos años. (Harold Landauer. S.F)

2.3.3 VENTAJAS

En nuestro país la producción de agricultura orgánica genera múltiples ventajas para el desarrollo interno del país, en especial para el productor, tanto en su economía y medio ambiente, los mismos que son ratificados por la (Universidad Agraria del Ecuador, 2012). Dentro de las principales ventajas tenemos:

- Aprovechamiento de los recursos naturales
- Recuperar y mantener la fertilidad de los suelos
- Proteger la biodiversidad tanto animal como vegetal tanto en especies nativas, vegetales y animales
- Manejar y reciclar los desechos de cosecha con producción de abono orgánico para la producción y fertilización, de esta manera pueden fabricar sus propios insumos.
- Los productores agrícolas con certificación orgánica tienen un valor agregado mayor en 50% (generalmente) que los provenientes de la agricultura convencional intensiva.
- Involucrar a los agricultores en todas las fases de la producción.

- Diversificar la producción para asegurar la autosuficiencia del agricultor.
- Producir alimentos, animales y combustibles para el autoconsumo y los excedentes los destina al mercado, generando ingresos para la compra de lo que no produce el agricultor.
- Fomentar la utilización de mano de obra ya que requiere especial cuidado estos cultivos.
- Los agricultores generarían su propia producción y adquisición de tecnología, basándose en los recursos disponibles.

CAPITULO III

“COMERCIO ORGÁNICO”

3.1 COMERCIO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

La Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO, por sus siglas en ingles) coinciden en que los principales mercados demandantes de productos orgánicos se encuentran en Europa, Estados Unidos y Japón, países industrializados cuya población se caracterizan por sus altos ingresos; en la Unión Europea se ha registrado un crecimiento de las ventas de aproximadamente 25% por año desde 1991. El principal mercado de destino es Estados Unidos (79%), otros destinos son la Unión Europea (15.7%) y Canadá (6%) Ecuador ostenta la más alta tasa de crecimiento anual de los países exportadores en el periodo 1980-2000, con el 61.60%. (S.N, S.F).

En los meses de setiembre a marzo, es abastecido por Brasil, Perú y Ecuador. Estados Unidos, es el principal importador de mango en el mundo. Los principales puntos de llegada a Estados Unidos son: Los Ángeles, New York, Miami, San Francisco, Chicago, Dallas/Houston y Seattle, dentro de estos encontramos a los principales puntos de venta que son los Supermercados, siendo los más importantes: Wall Mart- Super Center, Kroger Co., Albertson's, Safeway y Ahold USA.

3.1.1 DEMANDA MUNDIAL

La producción y comercialización de productos orgánicos en el mundo ha ido creciendo paulatinamente por varios años, por tal este mercado ha sido un

motor para el crecimiento de la agricultura orgánica, aumentando las oportunidades en su comercialización.

Como principales consumidores tenemos Europa Occidental, Estados Unidos y Japón de este último se encuentra recientemente aumentando su consumo de este tipo de cultivos. Se estima que el mercado mundial de productos orgánicos generó USD\$ 30 billones en el 2005, proyectando un incremento entre el 8% a 9% en relación al año 2004 con US\$ 27,8 billones). Según porcentajes de los líderes tenemos a Europa con el 49% y América del Norte con el 47% en el mercado, a su vez los principales países tenemos a Estados Unidos con US\$12.2 billones, Alemania con US\$4,2 billones y Reino Unido con US\$1,9 billones. (S.N, 2008).

Se estima que los productos de mayor consumo de productos orgánicos alimenticios son frutas y hortalizas frescas, frutas secas y nueces, frutas y hortalizas elaboradas, café, té y cacao, cultivos oleaginosos y productos derivados, cereales, leguminosos secos, carne y productos lácteos. (S.N. 2008); en los que se refieren a productos orgánicos no alimenticios tenemos: forrajes necesarios para producir cárnicos, insumos naturales (semillas, pesticidas e insecticidas naturales), flores de corte y maceta, cosméticos, textiles, artículos de limpieza y madera.

Se puede identificar la tendencia hacia el futuro que tienen los productos orgánicos a través de la frecuencia de compra la cual indica el número de personas que actualmente consumen esta nueva variedad de productos y cuál será el crecimiento de esta frecuencia de acuerdo al interés que muestren en el producto o cuán atraídos se sientan en comprarlo tomando en cuenta algunos factores como el precio, disponibilidad y conveniencia, entre otros.

Aunque en muchos países tanto la cantidad de tierra dedicada al cultivo ecológico como el consumo de los alimentos derivados de él sigue siendo testimonial, bien es cierto que en los últimos años ambas cifras han ido incrementando a nivel mundial.

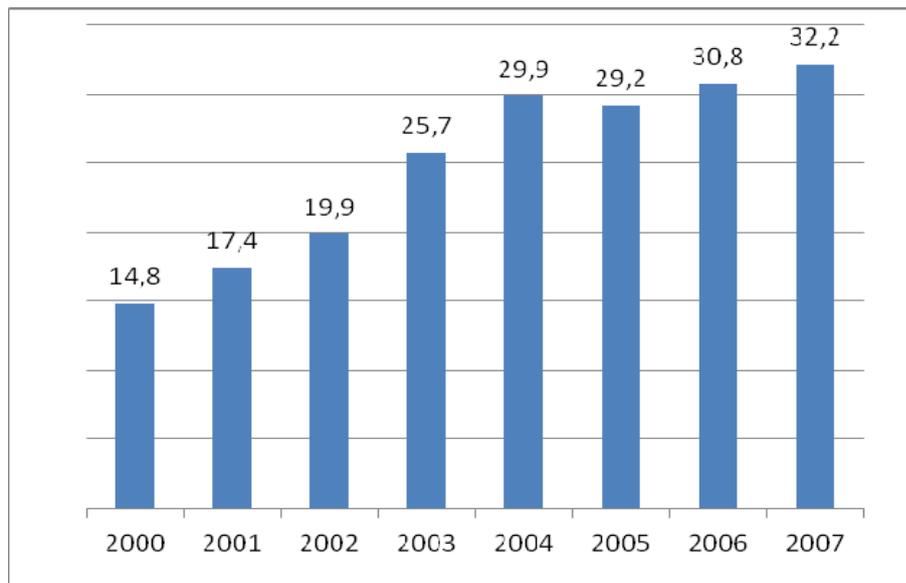


Gráfico 2 Superficie Agrícola bajo manejo ecológico

Fuente: Sofía Boza Martínez, (2011). La agricultura ecológica como parte de la estrategia de desarrollo rural sostenible en Andalucía

Recuperado de: http://centrodeestudiosandaluces.es/datos/factoriaideas/IF005_11.pdf

Como podemos observar en el gráfico, entre 2000 y 2007 la superficie agrícola bajo manejo ecológico ha aumentado en casi quince millones de hectáreas, pasando de 14,8 a 32,2 millones de hectáreas aproximadamente. Este incremento se hace más evidente si observamos que en el año 2000 sólo se manejaban de manera ecológica 14,8 millones de hectáreas agrícolas a nivel mundial. (Sofía Boza Martínez, 2011)

3.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Dentro de este mercado podemos nombrar ciertas características que buscan los consumidores al momento de adquirir ciertos productos orgánicos de los cuales nombramos los mayor relevantes.

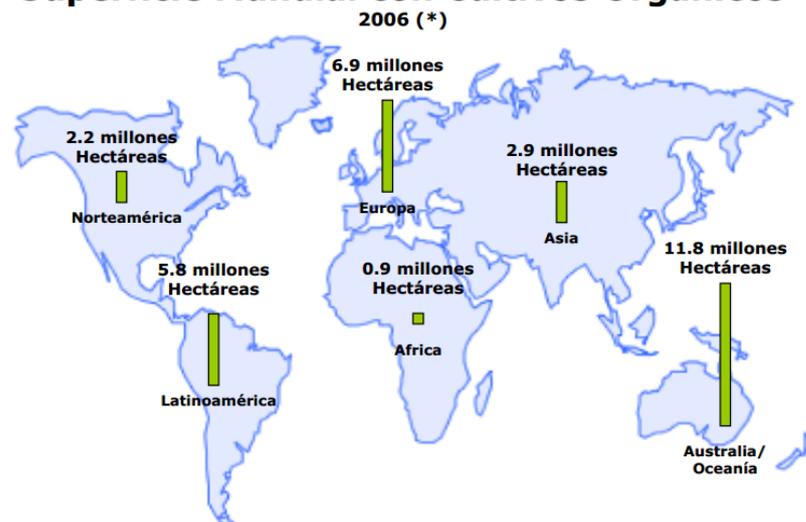
- Actualmente se está tomando conciencia por el medio ambiente, generando interés en la forma como se cultiva y cosechan los productos agrícolas. (S.N. 2008)
- La desconfianza de ciertos consumidores por productos convencionales con ciertos químicos que se estima generan la presencia de enfermedades y perjudiquen a la salud del consumidor.(S.N, 2008)
- La distribución de productos ecológicos que satisfacen el deseo de más contacto con lo natural. (S.N, 2008)
- Muy buena calidad.
- No contenido de residuos químicos sintéticos.
- Mejor sabor, frescura y aroma.
- Confianza en el origen del producto.
- Disponibilidad de adquirir a un mayor precio los productos orgánicos.

3.1.3 TENDENCIAS

La demanda de productos orgánicos se ha estado incrementando a través de los años dando así un estimado de venta de USD 19.700 millones a nivel mundial en el 2000, de los cuales tenemos a Europa con un estimado de USD 8.000 millones, a Estados Unidos con USD 4.200 millones y finalmente a Japón con USD 1.200 millones (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola 2003).

Se estima que las tasas anuales de ventas de productos orgánicos estarían en el año 2003 entre el 5% y el 40%, mostrando a este como un mercado de crecimiento rápido con tasa anuales que pueden ir de 1% al 10% en las ventas totales en los principales mercados mundiales donde Japón tiene una tasa anual estimada de 20%, partiendo de esto podemos decir que el incremento en la demanda orgánica a mostrado un tendencia en el aumento en su producción y en la superficie donde un aproximado del 15.8 millones de hectáreas en el 2000 son manejadas en forma orgánica en el mundo en más de 100 países. (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola 2003).

Superficie Mundial con Cultivos Orgánicos



(*) Estimados
Fuente: [FiBL](#), [SOEL](#)

Figura 1 Superficie mundial con cultivos orgánicos

Fuente: PROMPEX, 2006. El Mercado Mundial de Productos Orgánicos

Recuperado de:

http://www.planeamientoygestion.com.pe/consultoria/images/stories/herramientas/mercado/10_Mercados_productos_organicos%202006.pdf

Al momento la tendencia mencionada se ve reflejada en el párrafo anterior se mencionó un estimado en el 2000 después de varios años en el 2006 este valor se incrementó, lo cual lo podemos visualizar en el presente cuadro que muestra

un incremento de las hectáreas orgánicas en el mundo de las cuales tiene un estimado de 27.000 millones de hectáreas certificadas a nivel mundial.

3.2 PRINCIPALES MERCADOS PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS

El comercio internacional de productos orgánicos está dominado por los siguientes países que son: Unión Europea, Japón y los Estados Unidos, los cuales aportan como un mercado fuerte para los diferentes productos orgánicos que se comercializan en el mundo.

3.2.1 ESTADOS UNIDOS

Este es el mercado más importante del mundo para productos orgánicos, por tal se prevé que aumente el crecimiento del mismo, estos tipo de reseña de crecimiento se basan en el interés que muestran los consumidores de mantener su salud y el medio ambiente, y en su creciente rechazo de los productos alimenticios que contienen fertilizantes químicos, pesticidas o cualquier otro tipo de químico que pueda perjudicar su salud. Dentro de este sector los fabricantes y distribuidores han asimilado las tendencias del mercado en el alza de la producción y demandantes que quieren una alimentación más sana. (S.N, 2008).

En Estados Unidos, el total de ventas de productos orgánicos en 2006 fue de US\$ 11.31 mil millones, y en promedio, la tasa de crecimiento de las ventas está alrededor del 12.5%. En el 2007, se espera que dichas ventas cierren por un valor de US\$ 13 mil millones. (PROPEX, S.F)

3.2.2 EUROPA

El mercado de la Unión Europea se ha posicionado a nivel mundial como el más importante para la comercialización de productos orgánicos. (Pinto, R., 2002). Se estimó que el mercado de productos orgánicos en la Unión Europea está encabezado por Alemania, Reino Unido, Italia y Francia son los países que reportaron más ventas, tanto así que la demanda de productos orgánicos en la UE está creciendo más rápidamente (40% por año) que el aumento de la oferta (25%), haciendo que parte de sus países miembros sean altamente dependientes de las importaciones. (Pinto, R., 2002).

En Europa el mercado de producto orgánico se estima entre USD 10000 y USD 11000 millones en ventas, de las cuales la mayor parte es de los países europeos como España, Reino Unido, Alemania, Suecia, Países Bajos, Dinamarca entre otros, además dentro de estos tenemos a Suiza con un estimado de 750 millones de dólares (S.N, 2008). Dentro de estos mercados europeos las mayores demandas de productos orgánicos se concentran por orden de prioridad en: hortalizas, cereales, productos lácteos, papas y frutas. (S.N, 2008)

3.2.3 JAPÓN

El país nipón es el primer país importador de productos orgánicos en Asia, y tercer mercado más importante en el mundo, por ende se estima un mercado de USD 1.000 millones, con una proyección de crecimiento del 20%, dentro de esta estadística se considera la tasa de autoabastecimiento de Japón es de 39% y que dentro de dicho porcentaje el 0.17% es de producción orgánica interna (S.N, 2008), lo que demuestra la preferencia por las importaciones de los cultivos orgánicos y sus limitaciones en sus cultivos ya sea por falta de

tierras o por el poco desarrollo de técnicas de cultivo con esto podemos decir, que el incremento de la demanda de estos productos depende del incremento en las importaciones, tanto así que se ha estimado que entre 3 a 5 millones de japoneses son compradores regulares de productos orgánicos por razones de salud (Pinto, R., 2002).

Los principales productos orgánicos importados por Japón fueron: hortalizas, frutas, poroto soya, remolacha azucarera, café y nueces. Y las mayores demandas de productos orgánicos en Japón se concentran en: arroz, frutas y hortalizas frescas, té, entre otros. (S.N, 2008), como se ve los productos orgánicos con mayor demanda son aquellos que cumplen condiciones en sus componentes nutricionales como la hortaliza y frutas, muestra que es un país que considera básica el cuidado de su salud y un mercado potencial por esta tendencia.

CAPITULO IV

“MANGO ORGANICO ECUATORIANO”

4.1 MANGO ORGÁNICO ECUATORIANO

La falta de estadísticas oficiales impide conocer la magnitud de la producción orgánica. Se conoce que el mango orgánico está inmerso en el 50% de la producción orgánica de frutos tropicales. Los actores de los productos orgánicos son los gremios, productores y comercializadores.

Para que los productos obtenidos de esta forma de producción, sean reconocidos en el mercado como orgánicos deben estar validados por certificadoras, organismos reconocidos internacionalmente pero ajenos tanto a los productores como a los consumidores. Esto significa que el simple hecho de no utilizar insumos sintéticos no basta para que el producto sea reconocido en el mercado como orgánico, sino que debe pasar forzosamente por un proceso de inspección/verificación y posterior certificación; en caso de que se exporte, debe ser certificado por un organismo del país importador. Todo ello genera costos, que finalmente se reflejan en los precios al consumidor, quien debe estar dispuesto a cubrirlos. Hasta la fecha, los productos orgánicos alcanzan un sobre precio (precio Premium) en el mercado de entre 20 y 40% respecto al precio de su similar convencional.

4.2 VALOR NUTRICIONAL DEL MANGO

El mango es una fruta rica en agua, calorías, proteínas, carbohidratos y gracias a su alto contenido de vitaminas A y C que representan el 60% de la dosis diaria recomendada ejerce una función anti cancerígena muy efectiva. Esta

fruta guarda una estrecha relación con la reducción de los niveles de colesterol y la disminución de la hipertensión, además cuenta con la niacina (vitamina B3) y piridoxina (vitamina B6) que es indispensable para el buen funcionamiento del sistema nervioso, la salud de la piel, cabello o el equilibrio de los líquidos en el organismo. A excepción del aguacate, ninguna otra fruta aporta tantos nutrientes como el mango.

Esta fruta contiene hierro, un mineral necesario en la prevención de la anemia, la cual se presenta en personas vegetarianas, personas con habituales hemorragias nasales, o en ciertos periodos de la vida de las mujeres como son el embarazo o la menstruación.

La fibra también está presente dentro de componentes nutricionales del mango, comer esta fruta aumenta el tránsito intestinal lo cual es beneficioso para personas con problemas de estreñimiento.

A continuación se puede observar en la siguiente tabla el valor nutricional del mango (cantidad por 100 gr. de porción)

Componentes	Contenido
Agua	83 mg
Calorias	46 - 63 mg
Proteínas	0,5 g
Carbohidratos	14 - 15 g
Fibra	0,8 g
Minerales:	
Fosforo	0,02%
Calcio	10 mg
Hierro	0,5 mg
Vitaminas:	
Vitamina A	3894 UI
Vitamina C	27,7 mg
vitamina B3 (Niacina)	0,58 mg
Vitamina B6 (Piridoina)	0,134 mg

Tabla 4 Valoración nutricional del mango

Fuente: S.N.

Recuperado de: http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango2.htm

4.3 VARIEDADES

Las variedades de mango que han mostrado mejor adaptación y rendimiento en Ecuador son:

- TOMMY ATKINS.- es originaria de la Florida, supuestamente del Haden. Es una fruta de 13 cm de largo y 450 a 700 gramos de peso, con forma ovoide a casi redonda, color con base morado a rojizo, bastante resistente a los daños mecánicos debido a la cáscara gruesa, carece de fibra, tiene buen sabor y de pulpa jugosa. Su época de cosecha es intermedia, algo tolerante a la antracnosis y al ataque de trips, pero susceptible a la pudrición interna de la fruta. Esta variedad es de las más apreciadas en el mercado internacional, de alta producción y excelente calidad (Murillo y Hernández, 1983)
- HADEN.- es una de las más antiguas de Florida, que se originó de la variedad "Mulgoba". Es una fruta grande de 14 cm. de largo y 400 a 600 gramos de peso, de forma ovoide, redondeada con fondo de color amarillo, sobre color rojizo con numerosas lenticelas de color blanco. La pulpa es jugosa, casi sin fibra con sabor ligeramente ácido y de buena calidad.
- KENT.- se originó de la variedad "Brooks", la que a su vez provino de la variedad "Sandersha". Es una fruta grande que llega a 13 cm o más de longitud, con un peso promedio de 680 gramos. Tiene una forma ovoide, más bien llena y redondeada con color base verde amarillento y sobre color rojo obscuro, numerosas lenticelas pequeñas y amarillas, Además, tiene pulpa jugosa, sin fibra, rica en dulce y calidad de muy buena a excelente.

- KEITT.- se originó de una semilla de “Mulgoba”, alrededor de 1.929 en Florida. La fruta crece hasta 12 cm. y pesa de 600 a 700 gramos, su forma es ovalada, con color base amarillo con numerosas lenticelas pequeñas, la pulpa es jugosa y dulce.
Su época de recolección es tardía, con poca fibra y semilla pequeña, con problemas de maduración, algo tolerante a la antracnosis y no presenta problemas de pudrición interna del fruto ni bacteriosis del tronco.

4.4 MANEJO DE LA PRODUCCION

4.4.1 COSECHA

La manipulación que se da en el proceso de recolección de la fruta hasta el consumidor final, influyen directamente en la calidad del producto. La fruta se debe recoger cuando este “sazona”, este término se lo utiliza para poder describir que la fruta se encuentra fisiológicamente madura, es decir cuando la cascara del fruto alrededor del ápice surge un cambio de color verde al amarillo, en el caso de haber alguna duda sobre la madurez del mango lo que se recurre es a cortar unos cuantos y partirlos para poder verificar que la pulpa cerca de la semilla comienza a tomar un color amarillento, en este punto y de acuerdo a las exigencias y estándares aplicados por el mercado se concluye que la fruta ya esta lista para su cosecha.

Otros índices de madurez que se puede destacar es de acuerdo al tamaño y la forma del fruto, ya que no todas las frutas de un mismo árbol maduran al mismo tiempo, también va a depender de la variedad de fruto que se esté cosechando, ya que no en todas las clases de mango la cascara se torna amarilla sino más bien un color verde oliva, en este caso también podemos decir que el fruto se encuentra en optimas condiciones para ser removido del árbol.

La recolección se la realiza de manera manual, con el debido cuidado para que no se presenten rasguños y heridas a la fruta, ya que si se presentaran golpes estos contribuirían a que la fruta se pudra rápidamente.

4.4.2 HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA COSECHA

Una modalidad de cosecha más eficiente desde todo punto de vista, es la basada en la utilización de escaleras de cosecha, estas pueden ser de madera o de metal (que pueden ser de aluminio). Se recomienda utilizar escaleras del tipo doble o de tijera, con la variante que uno de los lados corresponde a la escalera normal con sus respectivos peldaños y el lado contrario sin peldaños (Saborio & Benavides, 1992)

Otra de las herramientas adecuada para la recolección de esta fruta es una varilla con red y tijeras en la base o extremo de la vara para cortar el pedúnculo a una distancia de 2 cm de la base de la fruta y así evitar que se derrame la savia a lo que más tarde contribuiría a que la fruta se arrugara y depreciaría.

Otras personas utilizan una varilla de bambú, a la que en uno de sus extremos le hacen varios cortes longitudinales para obtener secciones en forma de dedos; luego entre ellos, transversalmente, pasan bandas de hule de tal manera que los dedos se abren y se estrechan; este movimiento permite aprisionar el fruto de mango y quebrar el pedúnculo con gran facilidad. (Salazar Cisneros Eddy, 2000)

4.4.3 CORTE DE LA FRUTA

Para los cosechadores que utilizan la escalera como su herramienta para realizar la cosecha, primero se acerca al árbol y trata de introducir sus manos con cuidado entre la copa, quedando hacia el exterior el lado de la escalera donde se sube el mismo. Este trabajador sube con una bolsa de tela gruesa que tenga una boca ancha, la que fija a su cintura por medio de una faja o correa. Conforme va alcanzando la fruta, la corta y deposita suavemente dentro de la bolsa.

La fruta debe ser cortada con un pedazo del respectivo pedúnculo, más o menos que tenga una longitud de 3 a 4 centímetros, una vez cortada la fruta se procede al deslechado; el cual se realiza poniendo la fruta con el pedúnculo hacia abajo durante 30 minutos. (Salazar Cisneros Eddy, 2000)

4.4.4 TRANSPORTE DE LA FRUTA

4.4.4.1 GAVETAS PLÁSTICAS

Las frutas luego de ser cosechadas y deslechadas son colocadas en gavetas plásticas que son recipientes dentro de los cuales las frutas son transportadas hacia las centrales de empaque. Al respecto se pueden señalar las siguientes recomendaciones:

- Forma de la gaveta.- La gaveta ideal es aquella en que predomina el ancho sobre el alto o cuando el alto y ancho son iguales.
- Capacidad de la gaveta.- Se deben prevenir aquellas que no carguen demasiado peso de fruta para evitar un esfuerzo excesivo del operario que las manipula.

- Colocación de la fruta dentro de la gaveta.- Se recomienda colocar la fruta con cuidado para que no se produzcan daños como roces, heridas, magulladuras, etc. Se recomienda que se coloque la fruta con los hombros hacia arriba.
- Volumen de fruta en la gaveta.- Es importante considerar que dentro de la gaveta deben ir un máximo de 2 a 3 capas de fruta.
- Calidad de la gaveta plástica.- Debería ser de un plástico suficientemente fuerte para que tenga una larga vida comercial.
- Sanidad.- a las gavetas de cosecha se recomienda que sean desinfectadas diariamente, aun cuando envases como los de plásticos tienen menores probabilidades para contaminarse de patógenos, es una medida preventiva muy practica (Saborio & Banavides, 1992)



Figura 2 Gavetas para traslado del mango

Fuente: Cabrera, MA. (2005).

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.2 SELECCIÓN

Al estar llenando las gavetas plásticas, se puede realizar una labor inicial de selección para evitar que a la planta lleguen frutas con las siguientes características no deseables: deformaciones, protuberancias, huecos, manchas por látex u otras causas, golpes, heridas o daños mecánicos, daños ocasionados por enfermedades y daños ocasionados por insectos. (Salazar Cisneros Eddy, 2000)

4.4.4.3 TRANSPORTE A LA SALA DE EMPAQUE

El transporte del campo a la planta de empaque puede variar según sea el medio de movilización que se utilice. Al estar utilizando las gavetas plásticas existe una gran ventaja que es que se pueden encajar una sobre otra de manera que la fruta no sufra ningún tipo de daño.

Las gavetas pueden ser movilizadas a la planta de empaque por medio de tráileres tirados por tractores, en caso de que la finca sea grande. En el caso de fincas de áreas pequeñas, las gavetas pueden ser movilizadas y transportadas por los mismos trabajadores con el respectivo cuidado que requieren (Saborio & Benavides, 1992)

4.4.4.4 LABORES EN PLANTA EMPACADORA

La labor en la planta empacadora puede variar según sea el manejo, la tecnología y el origen a la cual la fruta se destina. Existe una medida de restricción cuarentenaria en el mercado de los Estados Unidos, la cual indica que no puede entrar fruta que son atacadas por las moscas, principalmente las del

genero *Anastrepha*, aunque existen otros géneros de moscas como es, la mosca del mediterráneo (*Ceratitis capitata*).

Para exportación a países de Europa y otros mercados, no hay restricciones de este tipo, por lo que el manejo de la fruta es mucho más simple, rápido y económico. (Salazar Cisneros Eddy, 2000)

4.4.4.4.1 RECEPCIÓN DE LA FRUTA

La fruta una vez que llega a la planta de empaque procedente del campo, es recibida en las gavetas, las cuales tienen que manejarse y manipularse con mucho cuidado para que no se golpeen o sufran otro tipo de daños que las hagan ser rechazadas para exportación. (Salazar, E., 2000)



Figura 3 Recepción de la fruta

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.2 PESADO DE LA FRUTA

Se procede a pesar las cajas, lo cual será un control tanto del volumen que está manejando la planta de empaque, para calcular cargas y cantidades a exportar según responsabilidades contraídas. (Salazar, E., 2000)

4.4.4.4.3 SELECCIÓN DE LA FRUTA

Se procede a realizar la labor de selección, esta es muy importante que la habilidad para cumplir con los requisitos demandados por el mercad para la fruta del mango, dicta el éxito de la actividad de exportación. La selección de la fruta es esencial cuando se comercia con mercados extranjeros, debido a que estos tienen requisitos rigurosos con respecto a la apariencia física y otras características de la fruta del mango. Las causas más frecuentes de selección son: grado de madurez, golpes, magulladuras, roces, manchas de látex, forma, tamaños, daños por enfermedades, daños por insecto, etc. (Saborio & Benavides, 1992). La fruta que es rechazada puede que sea, entregada o devuelta al productor o bien dirigirla para el consumo del mercado local. (Salazar, E., 2000)



Figura 4 Selección de la Fruta

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4 LAVADO DE LA FRUTA

La fruta debe ser lavada en solución de agua con cloro a temperatura ambiente. Este lavado tiene el propósito de limpiar la superficie de la fruta de suciedades y látex, además el cloro actúa como desinfectante de patógenos (hongos y bacterias), que puedan estar presentes externamente y que ayudan al deterioro posterior de la fruta.

La fruta puede ser limpiada de forma manual una por una, con alguna fibra o esponja, teniendo el cuidado que no cause daño a la superficie de la misma. Aquí se procede también a remover o quitar el pedúnculo que fue debajo a la hora de realizar la corta del mango (Saborio & Benavides, 1992).



Figura 5 Máquina para el lavado de la fruta

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.5 TRATAMIENTO CON AGUA CALIENTE

Este tratamiento tiene el objetivo de controlar térmicamente la antracnosis, que es la enfermedad más común del mango. (Salazar, E., 2000)

Es importante en este tratamiento considerar dos controles muy importantes:

1.- Temperatura: La temperatura a la cual se debe mantener el agua debe ser de 53°C, por lo que hay que llevar un monitoreo constante para garantizar que la temperatura se mantenga constante.

2.- Tiempo de inmersión de la fruta: El periodo de inmersión de la fruta en el tratamiento debe ser de 3 minutos.



Figura 6 Tanques para tratamiento Hidrotérmico

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.6 ENFRIADO DE LA FRUTA

Lo que se persigue es disminuir la temperatura que tiene la fruta por acción del tratamiento anterior con agua caliente. Es importante que lo más rápido posible esa temperatura sea disminuida, para que la fruta no sufra efectos negativos en su metabolismo, principalmente en su mecanismo de maduración.

El modo de enfriado se puede realizar por inmersión de la fruta dentro de las cajas o vaciándola en un tanque para tal fin. Otro método puede ser de aspersión de agua fría (Saborio & Benavides, 1992)

4.4.4.4.7 TRATAMIENTO CON FUNGICIDA

El último tratamiento que se realiza es el de inmersión en una solución con fungicida, para tener un control químico sobre los patógenos presentes en el exterior de la fruta protegiendo la fruta por todo el periodo de almacenamiento y transporte hasta que es consumida. (Salazar Cisneros Eddy, 2000)



Figura 7 Mangos en Aspersión con cera fungicida

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.8 SECADO DE LA FRUTA

Es importante que la fruta, antes de ser empacada, tenga que ser secada. Esta labor puede realizarse de variadas formas, la más común y que no requiere de gran inversión de infraestructura, es el secado a mano y unitario de la fruta, solamente que tendrá que ejecutar con gran cuidado para no dañarla.

4.4.4.4.9 CALIBRADO

SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LA FRUTA

En esta etapa del proceso, se procede a realizar una nueva labor de selección, para eliminar aquella fruta que no reúne las características de exportación y que se nos haya pasado en las selecciones anteriores. También se procede a realizar el calibrado de la fruta o su clasificación según características como forma, color, tamaño, etc., para su posterior empaque.

Estos trabajan en forma eficiente solamente si el sistema de descarga tiene un diseño adecuado para entregar un flujo de fruta uniforme en todo el ancho del calibrador. (Salazar Cisneros Eddy 2000)

Al seleccionar una calibradora se debe considerar:

- 1.- La capacidad
- 2.- Exactitud
- 3.- Que no ocasiona daños al producto que esta calibrando



Figura 8 Calibrador electrónico por peso

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.10 EMPAQUE DE LA FRUTA

Las consideraciones importantes que deben tener presentes los exportadores es que tienen la obligación de entregar productos de alta calidad, atractivos, de excelente sabor y en el adecuado estado de madurez a todo lo largo de la cadena, que empieza en la post cosecha y termina con el consumidor.

- Funciones del empaque

Todo empaque debe contener, proteger, transporte, explicar y vender un producto, por lo que al empaque se le debe de dar mucha importancia. La impresión adicional de propaganda y datos sobre el peso, temperatura óptima de almacenamiento (14°C), procedencia etcétera, tiene que ser impresas en tamaño más pequeño que los rubros exigidos por las normas de calidad.

- **Requisitos del empaque**

El empaque adecuado para el mango debe reunir las siguientes características:

a) Material del empaque: el material debe ofrecer suficiente resistencia al agua, de manera que no se deteriore en una atmosfera húmeda como puede ser un almacenamiento refrigerado. El material para empaque de exportación de mango, es el cartón de fibra resistente, el cual se fabrica principalmente del papel reciclado. Se recomienda caja de plancha de fibra de una pieza, esta deberá tener una resistencia mínima de 1896 Kpa (275 lbs. / Pulgada cuadrada) y seguros de cierre. Esta resistencia es necesaria para el manipuleo, condición de transporte y alta humedad que debe resistir la caja.

b) Aireación del empaque: el mango, es un producto vivo que tiene un metabolismo consumidor y productor de gases y humedad, por lo tanto, los empaques deben ser apropiados para permitir este intercambio gaseoso y el flujo de aire durante el transporte y el almacenamiento (Saborio & Benavides, 1992), es por esto que se recomienda que las cajas, hoyos de respiración y para manejo, lo cual permitirá que el aire ozonizado circule dentro de la caja mientras la fruta está siendo transportada en los cuartos fríos o contenedores de transporte.

c) Peso del empaque: Las cajas de cartón son las más generalizadas, el peso bruto no debe sobrepasar el 10% del contenido neto de fruta. O sea una caja de 4,5 kg neto de fruta, vacía, no debe sobrepasar 0,5 kg sino recarga los costos del flete de transporte.

d) Dimensiones del empaque: los empaques más frecuentes son las cajas de 4,5 kg netos de fruta, las dimensiones de los empaques deben tomar en cuenta: Las dimensiones internas de la caja deben ser 10.9 x 34 x 26.9 cm ó 10.2 x 43.2 x 27.9 cm. Europa prefiere cajas de 30 x 40 cm y 10 - 12 cm de altura con

10 mm de espacio para ventilación, mientras que en los Estados Unidos los importadores prefieren manejar cajas de 40 x 50 x 10 - 12 cm. (Ramírez, J., S.F)

e) Tipo de empaque: La caja de uso actual es la de 10 lbs. o 4,5 kilos netos. Se usa la caja telescópica ya que es la que ofrece mayor seguridad en el paletizado, así como durante la estiba para embarque y desembarque.



Figura 9 Caja para exportación de Mango

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

f) Acomodo de la fruta en el empaque: la fruta, después de cosechas, debe empacarse lo antes posible y almacenarse bajo refrigeración, teniendo cuidado al hacerlo de evitar golpes y rajaduras que podrían afectar la calidad de las frutas.

Al empacar el mango fresco y para protegerlo del deterioro durante la etapa de manipulación, almacenamiento, transporte y distribución se deberá cumplir con:

-Las frutas deben ser inmovilizadas dentro de la caja, esto se logra envolviendo la fruta en un papel suave o red sintética suave y se debe apoyar en los

costados de la caja sobre una cama de papel picado, en lugar de ponerlo directamente en la base.

- la fruta debe ser protegida de la compresión que produce el peso encima de otros contenedores o cajas, es decir debe ser colocada en una sola fila y utilizar separadores para prevenir la fricción de las frutas entre sí, así se logra una mejor presentación.



Figura 10 Empaque de la fruta

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.11 ETIQUETADO DE LAS CAJAS

Aparte de la resistencia estructural, un buen empaque requiere un diseño gráfico que atraiga al consumidor, y que le despierte el deseo de comprar, además debe transmitirle confianza al consumidor, mediante información detallada del producto que contiene.

Cada caja debe llevar en el exterior una etiqueta o impresión permanente con caracteres legibles e indelebles con los siguientes datos:

1.- Naturaleza del producto

- mango en estado fresco y nombre de la variedad
- identificación simbólica del producto en estado fresco
- marca o identificación simbólica de productor o envasador

2.- Identificación del exportador y/o envasador

- nombre y dirección del productor, distribuidor o exportador y cuando se requiere la del exportador.

3.- Origen del producto

- Nombre del país de origen, zona regional de producción y la leyenda "Producto de Ecuador"

4.- Descripción comercial

- designación del producto
- numero de frutas por caja (Calibre)
- contenido neto en kilogramos

5.- Marca oficial de inspección

La etiqueta debe ser fácilmente legible a simple vista, redactadas en español o el idioma que disponga el país o importador de la fruta. (Salazar, E., 2000)

4.4.4.4.12 PALETIZADO Y ESTIBA

El palet es el método más racional de reunir las unidades de envase individuales en unidades superiores para el transporte. Con el paletizado, la unidad de carga es idéntica con la unidad de transporte y con la unidad de almacenamiento, con lo que se consigue la base para un trabajo racional en todos los niveles de la cadena de distribución.

Otro aspecto importante es la estabilidad de las cajas que componen un palet. La estabilidad de la mercancía apilada en el palet es una condición indispensable para que la caja llegue en un estado óptimo al lugar de destino.

Para conseguir la necesaria resistencia de la carga total del palet, se deberá realizar de forma lineal y no entrecruzado, también es recomendable colocar los llamados esquineros, que podrán ser de plástico o de cartón fuerte y serán de la misma altura de la paleta.

Los esquineros se sujetan por el sistema de flejado, consistente en flejes de metal o de material plástico de manera que compacte y estabilice la carga de la paleta (Salazar, E., 2000)



Figura 11 Pallet con Mangos

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.13 ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE

Para el almacenamiento y transporte del mango, la temperatura y la humedad relativa deben de estar lo más cerca de los niveles recomendados, para lograr así el máximo de vida del producto con la calidad requerida.

Transporte aéreo. El mango que va a ser exportado se transporta hasta el aeropuerto en camiones refrigerados. Las frutas deben entregarse de ser posible poco antes de ser embarcadas en el avión. La estadía de los mangos en la plataforma del aeropuerto sin refrigeración elimina el efecto positivo de la cadena de frío que se había mantenido hasta el momento. En el avión mismo se deben evitar las concentraciones de etileno en la atmósfera como también un calentamiento exagerado de la misma. El etileno puede ser oxidado mediante la ozonización de la atmósfera, la cual también evita la esporulación de los hongos causantes de pudriciones de frutas.

Transporte marítimo. El transporte de los mangos pre enfriados hasta el puerto se hace en camiones refrigerados, no es aconsejable utilizar camiones únicamente con aislamiento térmico. Una vez en el puerto, los mangos se cargan a un contenedor refrigerado pre enfriado y bajo los mismos parámetros que en el almacenamiento en frío. En estos contenedores el mango puede mantenerse hasta 10 días, si se desea prolongar la estadía en contenedores, se utilizan contenedores de atmósfera controlada, que retardan hasta un 50% la velocidad de envejecimiento de la fruta (actividad metabólica). Estos contenedores solo deben transportar mangos en estado de desarrollo pre-climatérico, es decir antes de iniciar su proceso de maduración, para optimizar los efectos de utilizar este sistema de almacenamiento, los parámetros a aplicar en atmósfera controlada son:

- Temperatura: entre 12.5 °C – 13°C (55°F)
- Contenido de CO₂ en la atmósfera: 3 - 5 %
- Contenido de O₂ en la atmósfera: 3 %
- Humedad Relativa (HR): 85% - 90 %
- Duración máxima: 30 días
- Quema de frío: 10°C (especialmente en las variedades Haden y Keitt)

El extractor de etileno debe estar en operación o la atmósfera debe estar ozonizada.



Figura 12 Pallet ubicados en cámara de conservación

Fuente: Cabrera, MA., 2005.

Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

4.4.4.4.14 CONTROL DE LA MOSCA DE LA FRUTA

Los Estados Unidos y Japón solo permiten la importación de mangos a su país cuando se cuenta con la certificación de que las larvas y los huevos de la mosca de la fruta han sido eliminadas con un tratamiento especial bajo control oficial. Esto no es exigido ni por Canadá ni por los países europeos. El tratamiento exigido se realiza a una temperatura interna del mango (temperatura de la pulpa) de 45 –46°C durante 10 minutos. El tiempo de inmersión varía de acuerdo al tamaño de la fruta. Las frutas más pequeñas requieren menor tiempo que las más grandes (Ramírez Villapudua José, S.F)

4.5 MERCADO MUNDIAL MANGO ORGÁNICO

A nivel mundial el mercado de productos orgánicos se encontrara en pleno auge con altos índices de crecimientos que fluctúan entre los 20 y 25%, esto ofrece un alto potencial para el desarrollo de la actividad en el país, debido a que los consumidores internacionales nuevos buscan productos más naturales y que sean amigables con el medioambiente. El mango orgánico se ha identificado como uno de los productos potenciales que puede llegar a tener mayor participación en los mercados internacionales colocándose como principal fruta exótica.

En el 2005, la oferta, entre orígenes doméstico e internacional, del mango orgánico fresco fue estimada entre 3000-3300 TM, 20% mayor que el volumen del 2002. El volumen total de importaciones del mango orgánico a los EEUU creció 246.251 TM en el 2006 lo cual equivalió un 19% mas que en el 2005 con 206.571 TM. Estos volúmenes continuaran en aumento, ya que se pretende incluir por lo menos 3 variedades adicionales a la principal demandada que es

la “Tommy Atkins”, para poder prolongar la cosecha y a su vez la inclusión en el mercado.

Una clara tendencia de consumo de productos orgánicos se evidencia en el mercado Europeo, la demanda de estos productos van de la mano con las preferencias de los consumidores, es decir la búsqueda de un estilo de vida más saludable, debido a la etapa de transición demográfica lo cual significa el envejecimiento de su población.

Con respecto a Japón, se conoce que es un fiel consumidor del mango orgánico, ya que el color rojizo de esta fruta hace suponer el sabor y suavidad de su textura, lo cual para ellos es un factor muy influyente al momento de adquirir un producto en los supermercados.

4.6 PRINCIPALES MERCADOS IMPORTADORES DE MANGO ORGÁNICOS

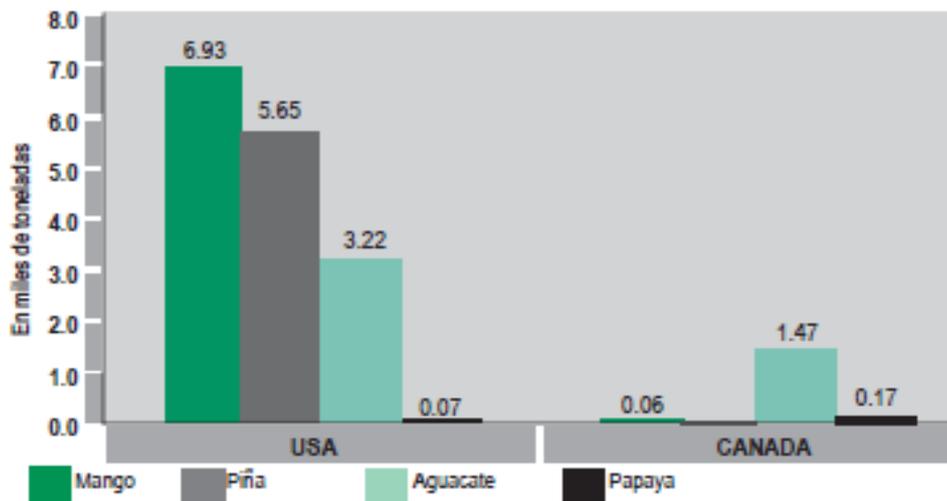
El comercio internacional de productos orgánicos está dominado por los países que conforman la Unión Europea, Suiza, Japón y los Estados Unidos, principalmente.

4.6.1 ESTADOS UNIDOS

Los Estados Unidos es el principal importador (incluso más importante que Europa) del mango orgánico ya que esta es la segunda fruta tropical más importante, es por esto que se puede apreciar en el grafico 1 que el mango orgánico alcanzó un volumen de importaciones de casi 7,000 toneladas en el 2002.

GRÁFICO 3

Importaciones de frutas tropicales orgánicas adicionales en el 2002



Fuente: CIMIS 2003c varios informes de mercado adaptados.

Grafico 3 Importación de Frutas orgánicas Estados Unidos - Canadá

Fuente: El mercado norteamericano para productos orgánicos & comercio justo, 2005

Recuperado de:

http://www.cei.org.ni/images/file/mercado%20norteamericano_productos%20organicos%20&%20comercio%20justo.pdf

Los estadounidenses están consumiendo más productos orgánicos mas por razones relacionados con la salud que el medioambiente. La variedad que mas demanda tiene de Estados Unidos es el “Tommy Atkins” ya que él color rojizo de la piel de este fruto es un factor determinante para el consumidor a la hora de adquirir este producto.

Actualmente, Latinoamérica y el Caribe proveen todo el mango orgánico importado a los EEUU. El mercado orgánico es un nuevo mercado para ellos y la mayoría de las plantaciones tiene menos de ocho años de edad. México empezó a exportar mango orgánico hace 9-10 años, Brasil, Perú y Ecuador empezaron a establecer plantaciones con el fin de exportación en los últimos

seis años. Perú y Ecuador ya exportan mango orgánico de Noviembre - Diciembre hasta Marzo. (Krigsvold, M.,, 2006)

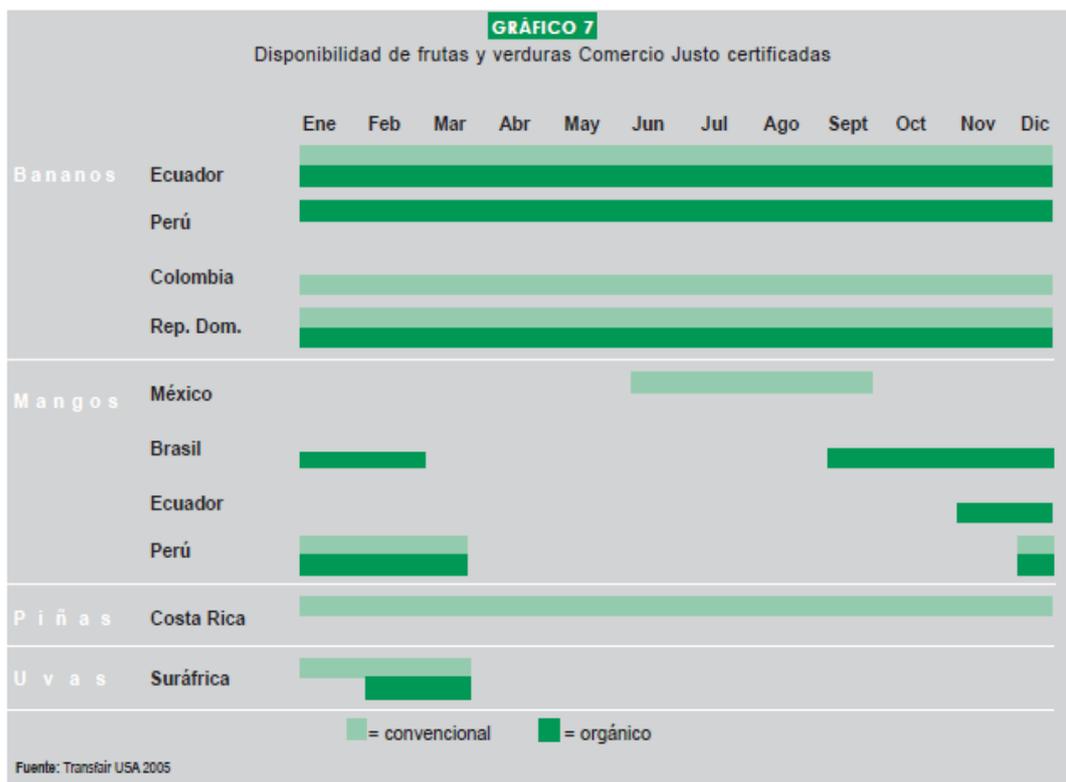


Gráfico 3 Disponibilidad de frutas en el año

Fuente: El mercado norteamericano para productos orgánicos & comercio justo, 2005

Recuperado de:

http://www.cei.org.ni/images/file/mercado%20norteamericano_productos%20organicos%20%20comercio%20justo.pdf

Según el informe de 2004 de CIMS, las plantaciones del mango orgánico tienen la tendencia de incluir por lo menos 3 variedades para prolongar la cosecha y la presencia en el mercado. Los resultados del análisis del mercado de CIMS sugieren que las variedades menos producidas y comercializados pero de alta calidad experimentarán una demanda creciente, mientras los comercializadores buscan una manera de diferenciar el mango en el mercado. Se espera que la

introducción de variedades nuevas y distintas haga crecer el mercado. (Krigsvold, M., 2006)

Entre las oportunidades que se puede mencionar están que este nicho de mercado tiene menos competidores que el mercado de mango convencional y la demanda del mango orgánico industrializado siguen creciendo. De acuerdo a los canales de distribución en Estados Unidos, el mango orgánico se lo puede encontrar en los supermercados grandes y en las más de 300 tiendas de las dos cadenas más importantes de minoristas de alimentos orgánicos y naturales, Whole Foods y Wild Oats. Entre el 2005 y 2006, el precio del mango orgánico en el mercado minorista varió entre US\$0.99/unidad y US\$2.00/unidad. Este precio fluctúa por razones de oferta de mango Convencional u orgánico, otras frutas de temporada, falta de calidad, variedad, origen, y tipo de minorista y su localización, promociones y política de valoración de productos orgánicos.

4.6.2 EUROPA

La Unión Europea es el segundo importador más grande de mango orgánico después de los Estados Unidos. Se estima que el mercado de este producto orgánico en la Unión Europea está encabezado por Alemania, Reino Unido, Holanda y Francia, que son los países que reportaron más consumo de esta fruta según estudios realizados por Organic Monitor en el 2003.

Con el crecimiento continuo de oferta y la participación de compañías transnacionales, se espera que el mercado mundial experimente una fuerte presión hacia la baja del precio del mango orgánico en los próximos años. Actualmente, el valor que se paga por esta fruta es relativamente alto en comparación con otras frutas tropicales y productos orgánicos. El mercado

europeo para el mango orgánico depende exclusivamente de importaciones de fruta, las cuales crecieron un 16% entre el 2001 al 2005. (Krigsvold, M., 2006)

El mercado Alemán es el que más demanda de mango orgánico tiene en la Unión Europea, sin embargo, la competencia es fuerte y agresiva; Alemania importa mango orgánico de algunos países y también tiene la demanda del mango convencional que durante el periodo de cosecha de las frutas alemanas entre los meses de mayo a octubre, la caída de los precios del mango tanto convencional como orgánico alcanza un 30% debido a la preferencia de los Alemanes por lo nacional.

Con respecto al Reino Unido y a pesar de ser un país miembro de la Unión Europea, el acceso de mango orgánico no tiene tantas complicaciones como a diferencia de Alemania, que exige la existencia de un sello nacional. El mango tanto convencional como orgánico es cada día más popular en el Reino Unido, es por esto que algunas empresas tal como *Minor Weir & Willis*, importan esta fruta de países como Australia, Brasil, India, Israel, Pakistán, Perú, Puerto Rico, Sudáfrica y nuestro país Ecuador.

El mercado holandés para la fruta orgánica es relativamente pequeño para Europa, los Países Bajos son interesantes al exportador de mangos no por su mercado, sino por la red regional de distribución de los importadores holandeses, los cuales alcanzan a casi todos los mercados de la Unión Europea. Más de la mitad de los productos orgánicos importados por los Países Bajos están re-exportados.

La oportunidad que tienen los exportadores de países que producen y exportan mango orgánico no es en la fruta en si, sino en la demanda de la industrialización de este producto ya que el mercado para productos como jugo

de fruta, comida de bebe, alimentos orgánicos congelados y puré de mango orgánico están en crecimiento.

Finalmente Francia, es un segmento del mercado muy pequeño, debido a que el mango orgánico se venden con un sobreprecio del 25 al 30% mayor que el precio del mango convencional, esto ocasiona que solo un nicho del mercado consume esta fruta, como son una pareja esposos o una mujer soltera que se encuentre entre los 35 y 60 años, ya que una familia por razones de costo no podría consumir este producto. (Krigsvold, M., 2006)

4.6.3 JAPÓN

Los principales productos orgánicos importados por Japón fueron: hortalizas, frutas, poroto soya, remolacha azucarera, café y nueces. Y las mayores demandas de productos orgánicos en Japón se concentran en: arroz, frutas y hortalizas frescas, té, entre otros. (S.N. 2008).

El país nipón es el primer país importador de productos orgánicos en Asia, y tercer mercado más importante en el mundo, por ende se estima un mercado de USD 1.000 millones, con una proyección de crecimiento del 20%, dentro de esta estadística se considera la tasa de autoabastecimiento de Japón es de 39% y que dentro de dicho porcentaje el 0.17% es de producción orgánica interna, lo que demuestra la preferencia por las importaciones de los cultivos orgánicos y sus limitaciones en sus cultivos ya sea por falta de tierras o por el poco desarrollo de técnicas de cultivo con esto podemos decir, que el incremento de la demanda de estos productos depende del incremento en las importaciones. (S.N. 2008)

La importación de frutas y verduras fresas orgánicas al Japón se encuentra con algunas limitaciones como son las normas de alta calidad y los requisitos fitosanitarios para estas, la confusión que existe entre productos certificados como orgánicos y productos verdes. Sin embargo a pesar de estos inconvenientes en el siguiente cuadro puede observarse que el mango orgánico se encuentra como uno de las principales frutas importadas, el volumen de estas cifras están dadas en toneladas.

Frutas	Importaciones de 2000	% de orgánicos	Importaciones de 1999
Mango	9 606	<1	8 829
Papaya	5 671	0	5 005
Piña	10 015	0	8 8608
Palta	14 237	<1	7 158
Naranja	13 1596	<1	91 267
Limas	72	0	20
Pomelo	268 954	<1	265 567
Kiwi	42 159	5	41 840
Bayas	5 518	0	4 733
Cerezas	16 727	0	18 198
Melones	34 632	0	36 427

Tabla 5 Variación de Importaciones 1999 - 2000

Fuente: S.N

Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0b.htm>

Entre los principales países que proveen el mango orgánico a Japón están: Australia y Argentina. Para establecer el precio de este producto se debe examinar muchos factores como la pérdida por fumigación, calidad, volumen, oferta estacional, necesidad de promoción, almacenamiento, costos de locales de certificación y costo de transporte. Es por esto que los consumidores muchas veces les toca pagar por este producto un sobre precio de más del 20% con respecto al precio del mango convencional.

CAPITULO V

“BARRERAS EN LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES”

Según el Internacional Trade Center (ITC) la primera intención del cultivo de productos orgánicos no solo implica el cuidado del medio ambiente sino que los países en desarrollos, aprovechen esta oportunidad para sobresalir, aumentar sus ingresos y así vayan disminuyendo su pobreza (ITC, S.F), esto es apoyado por el IFOAM que indica que cada año hay más personas que pueden alimentar a sus familias gracias a la agricultura orgánica (IFOAM, S.F), es así que hoy en día la agricultura orgánica ha ganado gran terreno en el mercado internacional tanto en las exportaciones e importaciones de países desarrollados y en desarrollo, esto ha provocado un incremento en las exigencias para su comercialización internacional, conocidas como barreras arancelarias y no arancelarias; las barreras arancelarias consta de los porcentajes que varían pagar según el producto y el país de ingreso; luego tenemos las barreras no arancelarias que se manifiestan en exigencias como certificaciones y el cumplimiento de normas específicas las cuales varían según el país, las mismas que se dan para garantizar que un producto es orgánico y así pueda ser comercializados en sus países, partiendo de esto y considerando lo anteriormente expuesto a los países en desarrollo, como el nuestro, les resultarían difícil la obtención de los certificados para la comercialización interna y aún más si desean exportar a otros países, ya que cada uno tiene sus propias normas, certificaciones y exigencias, lo cual es acotado por organizaciones como ITC que afirma que los países en desarrollo se enfrentan a diversos obstáculos a la hora de exportar productos orgánicos (ITC, S.F.)

Como se mencionó anteriormente cada país tienen sus exigencias en el siguiente capítulo nos centraremos en los requerimientos para la

comercialización en los principales países importadores de productos orgánicos, los cuales son: Estados Unidos, Unión Europea y Japón.

5.1 BARRERA ARANCELARIA

5.1.1 ESTADOS UNIDOS

5.1.1.1 SISTEMA ARANCELARIO

Los Estados Unidos cuenta con el sistema de arancel armonizado que es conocido como Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS), el cual es publicado cada cierto tiempo por United States International Trade Commission donde la última modificación actualizada publicada fue en el 2011, este sistema se basa en el Sistema Armonizado Internacional que consta de 6 dígitos, pero el sistema estadounidense se adapta ingresando 4 dígitos más que se dividen en 2 dígitos para dar mayores detalles de la importación y otros 2 dígitos más para registros estadísticos, que en total impone 10 dígitos que rigen a todos los estados de este país sin excepción. (International Trade Commission of the United States, s.f) & (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J. 2011.), adicionalmente se les agrega 2 columnas, la primera se divide en general y especifica las cuales una muestra si un país goza del tipo de arancel de “Nación Más Favorecida” y la otra si con el país exportador se tiene acuerdos comerciales, bilaterales, libre comercio entre otros, respectivamente; mientras que la segunda columna son los aranceles para los países que no se encuentran en la primera columna. (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J. 2011). En el caso de nuestro país tiene arancel 0% debido a diversos acuerdos comerciales con Estados Unidos tales como SGP y la Ley de Preferencias Comerciales para los Países Andinos (LPCPA) que le otorga preferencia arancelaria. (United Nations Conference On Trade And Development, 2011), con esto nuestro país al momento tendría 0% de arancel a pagar.

5.1.2 JAPÓN

5.1.2.1 SISTEMA ARANCELARIO

La institución encargada del sistema arancelario de este país es la Aduana de Japón (Japan Customs, S.F), la cual es la encargada de la recepción de los porcentajes arancelarios, los cuales varían según los acuerdos comerciales entre países comerciantes y el producto a importar, es por eso que la Aduana de Japón creó su sistema armonizado tomando como base a la Ley de Arancel de Aduana estableciendo la Tasa Temporal y Tarifa General para ciertos productos para el momento de una exportación. (Oficina Comercial del Ecuador en Japón. 2010).

Para los productos agrícolas de países en desarrollo que sean miembros de la OMC se les otorga la tarifa de la “Nación más Favorecida” cuyo porcentaje varía según el producto, es por eso que los productos agrícolas tienen el 10.7%, es por eso que Japón creó una lista de los países con preferencia arancelaria en la cual se encuentra nuestro país gracias a la tarifa Nación más Favorecida y GSP (Beneficiaries of Japan's GSP, 2011) & (United Nations Conference On Trade And Development.2011)

5.1.3 UNIÓN EUROPEA

5.1.3.1 SISTEMA ARANCELARIO

Los productos son importados a Europa bajo la nomenclatura europea TARIC de 10 dígitos, que es similar a la nomenclatura de los países andinos, partiendo de esto se puede determinar si hay una preferencia arancelaria, en la cual nuestro país tiene preferencia arancelaria al exportar a los países miembro de la unión europea, esta preferencia nos beneficia en los aranceles que se aplican a los alimentos importados por Europa, incluyendo a los productos agrícolas. Al

momento se aplican las siguientes preferencias arancelarias, estas son: Sistema de Preferencia Generalizado (SPG), otorga preferencia unilateral a países en desarrollo para ayudar en su crecimiento; y el sistema de preferencia arancelaria entre la Unión Europea y CAN, este concede de igual manera preferencia unilateral a los países miembros del CAN dentro del cual se encuentra Ecuador; con lo mencionado se muestra que no hay un pago arancelario alto sino una aplicación arancelaria del 0% a la mayoría de los productos, pero bien la CE es sensible a los productos agrícolas es un sector que protegen, por ende el porcentaje de arancel para productos agrícolas según el NMF es del 13.5%. (Puente, J. 2011) & (FEDEXPORT. s.f)

5.2 PREFERENCIA NO ARANCELARIA

5.2.1 ESTADOS UNIDOS

5.2.1.1 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

Para la certificación orgánica en los Estados Unidos el ente regulador es el USDA que certifica a las frutas y verduras que estén etiquetadas o expedidas como orgánicas, las mismas que deben de estar aprobadas en base a las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos, debido a que no hay reglamentos ni supervisión por parte directa del Gobierno de los Estados Unidos sobre frutas y verduras declaradas como orgánicas, da paso a que las importaciones de productos orgánicos las realice un importador de los Estados Unidos en cooperación con un organismo de certificación de ese país, más un ente certificador del país exportador. (National Organic Program. S.F)

El programa nacional orgánico de la USDA administra el reglamento para la obtención del certificado verificando que el lugar de producción el cual puede estar ubicado en cualquier parte del mundo siga las normas emitidas y estas a su vez estas normas son iguales para los productos producidos tanto en

Estados Unidos como en cualquier país exportador, de esta manera se busca que cumpla con las normas de USDA Organic para poder así comercializar dentro de los Estados Unidos un producto y abarca el etiquetado, la venta y representar el producto como orgánico ya sea bajo un sello del USDA o con la palabra orgánico (U.S. Department of Agriculture, S.F.).

Para poder obtener una certificación esta debe de ser solicitada a la entidad certificadora acreditada por el USDA (U.S. Department of Agriculture, S.F.), que solicita lo siguiente:

- Descripción detallada de la operación que será certificada
- Historial de las sustancias aplicadas a la tierra de cultivo los últimos tres años
- Listado de productos orgánicos cultivados, criados o procesados
- Informa sobre el sistema orgánico utilizado que describa los métodos y sustancias que se utilizan en el proceso.

Una vez realizado el proceso anteriormente expuesto según el USDA si se va a obtener por primera vez la certificación el exportador deberá seguir los siguientes pasos para la certificación orgánica (U.S. Department of Agriculture, S.F.):

- Presenta la solicitud y los honorarios al agente certificador
- Verifica el agente que se cumpla con las prácticas USDA reglamento orgánico
- Inspector lleva a cabo la inspección
- Agente revisa la solicitud y el informe del inspector para determinar si el solicitante cumple con la normativa USDA orgánico

- Mantener todos los registros aplicables a la operación orgánica por no menos de 5 años después de su creación y permitir el acceso al agente certificador a tales registros durante las horas normales de revisión y copia para determinar el cumplimiento con la Ley y los reglamentos contenidos en esta parte.

Una vez realizado este proceso y otorgado la debida certificación, el exportador debe realizar cada año un proceso de recertificación anual y seguir los pasos indicados por el (USDA U.S. Department of Agriculture, S.F.).

5.2.1.1.1 LOS AGENTES CERTIFICADORES

La USDA indica que el lugar de producción puede ser certificado por una entidad ya sea privada o pública, incluso extranjera pero que esté debidamente acreditada por la USDA, por ende esta institución tiene agentes certificadores en varios países alrededor del mundo lo cual permitiría al país exportador obtener el certificado ya sea por tener a un agente certificador en el país de origen o por un país cercano que tenga a un agente (USDA U.S. Department of Agriculture, S.F.).

Los agentes son responsables de verificar que los productos orgánicos que llevaran el sello de USDA cumplan con todos los estándares que garanticen la integridad del producto como organico, a su vez esta institución tiene una lista de todos los agentes certificadores alrededor del mundo, en el Ecuador existen 4 agentes certificadores que son (U.S. Department of Agriculture (USDA), 2013):

- BCS-Oeko Garantie GmbH (BCS)
- Certification of Environmental Standards – GmbH (CERES)
- Control Union Certifications (CUC)
- EcoCert S.A. (ECO)

Esta lista fue actualizada por última vez por el USDA Authorized Organic Certifying Agents 13 de abril del 2013.

5.2.1.1.2 CATEGORÍAS

Según la USDA se reconocen solo cuatro categorías de producción orgánica que son (U.S. Department of Agriculture, S.F.).

- Cultivos: Una planta cosechada como alimento, forraje, fibra, o para agregar nutrientes al terreno.
- Ganadería: Animales utilizados como alimento o en la producción de alimentos y fibras.
- Productos elaborados: Aquellos que hayan sido manipulados y envasados o combinados, procesados y envasados.
- Cultivos silvestres: Las plantas que no son cultivadas.

5.2.1.1.3 COSTOS Y TRANSICIÓN

Que la tierra destinada a ser utilizada para el cultivo orgánico tiene que tener un periodo de mínimo 3 años o 36 meses sin ninguna sustancia química para que pueda ser garantizada como producto orgánico y obtener la certificación del USDA o el sello del mismo, este es uno de los estándares que establece esta institución para emitir el certificado (U.S. Department of Agriculture, S.F.).

Dentro de los costos para la obtención del certificado según la USDA, pueden variar según la entidad certificadora (los agentes acreditados) y el tamaño de la misma, además el tipo y la complicación de las operaciones que se realicen (cultivos), estos costos varían desde cientos hasta varios miles de dólares, dentro de los mismos se encuentran los siguientes (U.S. Department of Agriculture, S.F.):

- Certificador cuota y el ciclo de facturación
- Tasa de solicitud
- Cuota de renovación anual
- Tasa de evaluación o venta anual
- Inspección

La USDA a su vez muestra ser atrayente para los exportadores, ya que una vez que el operador obtiene el certificado el programa de Asistencia Financiera del USDA programa un reembolso que puede llegar hasta el 75% de los costos totales antes mencionados (U.S. Department of Agriculture, S.F.).

5.2.1.2 CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA

En los Estados Unidos todas las exportaciones de frutas y verduras frescas ya sean estas orgánicas o convencionales están dirigidas por el APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) que es parte del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), este organismo se encarga del control sanitario de los productos exportados, por tal motivo el APHIS tiene un control disciplinado con inspectores en cada uno de los puertos de entrada de este país, por lo cual esta institución trabaja con el Plan Protection and Quantine (PPQ) cuyos funcionarios realizan la función de inspectores para el APHIS y así realizar inspecciones minuciosas sobre la mercadería entrante para que el

producto importado pueda entrar sin problemas al mercado norteamericano. Estos inspectores revisan los siguientes documentos (U.S. Department of Agriculture, S.F.):

- La identificación del tipo de fruta o vegetal o producto derivado de estos.
- Identificación del tratamiento y el área (país de origen) donde el producto ha sido tratado.
- Los requerimientos de entrada (estación de cosecha y requisitos de aduana).
- Los productos cumplen con los requisitos de certificación.
- Una muestra para inspección
- Si el producto tiene el certificado fitosanitario del APHIS emitido por funcionarios del país de origen

En la aduana de los Estados Unidos los productos como flores o plantas ornamentales son revisadas según el grado de riesgo de cada especie o familia de plantas, dependiendo de esto los inspectores determinan la restricción o cuarentena del producto. En Ecuador el mango no tiene ningún tipo de restricción de entrada. (U.S. Department of Agriculture, S.F.).

Los principales puertos de entrada donde existen oficinas de control USDA-APHIS-PPQ, son los siguientes:

- Miami, Florida.
- Atlanta, Georgia.
- Chicago, Illinois.
- Houston, Texas.
- JFK, New York.
- Los Ángeles, California.

- Port Hemmed, California.
- San Juan, Puerto Rico

5.2.1.3 PLAGUICIDAS Y OTROS CONTAMINANTES

En el país norteamericano el ente regulador de plaguicidas y tolerancia de los mismos en productos importados es la Agencia de Protección Ambiental (EPA) el cual controla los niveles de fungicidas utilizados en productos agrícolas, esta entidad al igual que el APHIS controla en los puertos de entrada de los Estados Unidos a través de inspecciones realizadas por funcionarios del PPQ (United Stated Environmental Protection Agency, S.F.).

5.2.1.4 DESPACHO DE ADUANA

El Servicio de Aduanas de los Estados Unidos (Aduana), una división del Departamento de Tesorería de los Estados Unidos, se encarga de la aprobación y autorización definitivas para la importación de todos los productos. La Aduana examina toda la documentación y no entregará productos en el puerto de entrada si no se cumplen todos los requisitos del Gobierno de los Estados Unidos. Se ocupa también de la recaudación de los derechos de importación debidos al Gobierno de los Estados Unidos (U.S. Department of the Treasury, S.F.).

Procedimiento a seguir en las importaciones:

- Llegar al puerto de entrada
- Los trámites se realizan en el primer puerto de llegada menos que se haya realizado algún acuerdo previo pagando una deposito que este bajo control de aduana.

- Presentación de documentos de la mercadería
 - ✓ Formulario 3461 de declaración en aduana
 - ✓ Prueba de conocimiento de embarque donde la mercadería sólo puede ser ingresada por el dueño, comprador o un agente de aduana con licencia
 - ✓ Una factura comercial o factura proforma
 - ✓ Lista del embalaje
 - ✓ Certificado fitosanitario
 - ✓ Una garantía, se deja en la aduana para cubrir posibles derechos, impuestos, y sanciones posteriores a la entrega de la mercadería

Una vez llegado el producto, el importador o agente encargado tiene 30 días para reclamar la mercadería presentando la debida documentación, si después de ese tiempo no entrega la documentación, el bien es enviado a una bodega como producto no reclamado, una vez llegado a ese nivel el importador tiene que pagar los gastos de almacenaje y un tiempo máximo de un año para realizar el reclamo sino la mercadería se vende.

5.2.2 JAPÓN

5.2.2.1 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

En Japón el sistema de certificación se realiza bajo los estándares de Reforma de la ley JAS (Japanese Agricultural Standard), la cual fue creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales de Japón (MAFF), la certificación JAS es el conjunto de normas que regularizan la calidad y la forma de producción agrícola, follaje, y ecológica para que un producto pueda entrar al mercado japonés, es decir que, para obtener la certificación todo el proceso de

cultivo debe realizarse bajo las normas JAS (Ministry of Foreign Affairs of Japon, S.F.)

Al comercializar el producto en Japón el exportador debe de haber cumplido los requisitos especificados en la NORMA ISO/IEC 65 así mismo el importador cumpliendo las normativas JAS dan la pauta para que ambos lados puedan obtener el certificado y adquirir la autorización de registrar el producto como orgánico y el sello JAS orgánico colocándolo en el empaque del producto, este sello garantiza que el cultivo cumple con todos los estándares. Según la normativa JAS se debe de seguir los siguientes pasos para la certificación (Ministry of Foreign Affairs of Japon, S.F):

- Realizar solicitud
- Revisión de documentación previa a la inspección
- Se asigna un inspector
- Se realiza la visita de inspección
- El inspector prepara un reporte y otorga la documentación a la agencia
- La entidad certificadora revisa la documentación
- Se indica si fue aprobado o no la certificación
- Una vez certificado se otorga la autorización de colocar en la etiqueta que es un producto orgánico y el sello JAS

Después de la obtención del certificado el importador puede mantener la certificación a través de visitas obligatorias anuales por los agentes acreditados o por los inspectores japoneses para que se garantice que estas entidades mantienen los estándares solicitados.

5.2.2.1.1 LOS AGENTES CERTIFICADORES

Para poder ser certificado un cultivo este debe ser avalado por un agente certificado y acreditado por el MAFF, el importador puede solicitar a un agente certificador de un país cercano del cual este acreditado o puede que el agente se encuentre en el país de origen permitiendo así la disminución de costos al omitir los gastos de visita por inspección. En el Ecuador aparece el siguiente agente (Ministry of Foreign Affairs of Japon (MOFA), 2011):

- Certification of Environmental Standards – GmbH (CERES)
- BCS-Oeko Garantie GmbH (BCS)

5.2.2.1.2 CATEGORÍAS

Según la normativa JAS los productos orgánicos tienen las siguientes categorías:

- 1- Productos agrícolas orgánico desde el cultivo, sin procesar
- 2- Alimentos procesados orgánicos
- 3- Comida orgánico
- 4- Productos ecológicos de origen animal

Esto ayuda a categorizar el producto según su contenido, producción y tratamiento, pero están dentro de la norma JAS orgánica para que lleve el sello que lo certifica (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, s.f.).

5.2.2.2 CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA

Para poder exportar a Japón el país exportador debe de emitir el certificado fitosanitario correspondiente, puesto que en el momento de ingreso al puerto del país importador debe presentar el mismo, en Ecuador el organismo de control sanitario para plantas es la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD y esta institución fue creada por Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), (PROEcuador, S.F.)

Para la obtención de este certificado necesita:

- Registro de Productor / Exportador, y éste tiene una vigencia de 2 años requieren de renovación.
 - RUC, Copia de Cédula, Constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), Croquis de ubicación del centro de acopia (exportador) y cultivo (exportador – productor).
 - Registro de Exportador: USD 80,00
 - Registro de Exportador – Productor, Productor: USD 65,00
- Solicitar la emisión de un Certificado Fitosanitario
- Inspección del producto a embarcar.
- Obtención del certificado con un valor de 50 dólares

El certificado tiene una vigencia máxima de 90 días calendarios, contados desde su aprobación y con validez para ése único embarque.

5.2.2.3 PLAGUICIDAS Y OTROS CONTAMINANTES

Los porcentajes de plaguicidas en los productos a importar son revisados al momento de la entrada al país asiático mediante el control del certificado fitosanitario que garantice el estado del producto y que cumpla con la Ley de Sanidad Alimenticia de Japón, la entidad responsable del control de porcentajes de plaguicidas es el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón. Dado el caso que el producto a exportar se encuentre con anomalías el país importador llevara a cabo un Plan de Cuarentena el cual fue creado para prevenir el ingreso de plagas al país (Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón, S.F.).

5.2.2.3.1 LEY DE SANIDAD ALIMENTICIA

Dentro de las importaciones agrícolas se encuentra esta ley la cual tiene la premisa de controlar el proceso de entrada y garantizar el buen estado del producto, por tal se requiere a los importadores la entrega del documento “Notification Form for Importation of Food” en el puerto de entrada antes de la llegada de la mercadería, se realiza con el fin de decidir si se realiza una inspección o no, este proceso puede tomar cierto tiempo por tal es recomendable que los importadores lleven una muestra de la importación a los laboratorios acreditados por MHLW (Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar) ya sea en Japón o en los países reconocidos (Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón, S.F.)

Si la mercadería no requiere inspección esta es aprobada y se entrega una notificación de haber pasado la inspección y podrá seguir con el proceso

pertinente; pero si no pasa la inspección la mercadería puede ser devuelta, destruida o transformada (Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón, S.F.).

5.2.2.3.2 PLAN DE CUARENTENA

Este proceso consta de prohibir la entrada al país de productos con algún tipo de plaga que pueda afectar de alguna manera la flora de Japón, si algún producto se lo encuentra con esto se puede poner en cuarentena o ser regresado al país de origen. Al momento de verificar el estado del producto primero se verifica que tenga el certificado fitosanitario, luego se realiza la inspección al momento de ingreso al puerto de llegada, si está infectado se lo lleva un lugar aislado y se procede a la desinfección u otra medida como ya se ha mencionado.

Los frutos se encuentran exentos de este plan tales como el mango, puesto que no constan en el listado de productos de inspección o que estén prohibidos, sin embargo los productos como plantas para follaje de animales, flores, plantas de cultivo, entre otras están dentro de la lista y requieren una inspección minuciosa.

5.2.2.4 DESPACHO DE ADUANA

El departamento de aduana de Japón indica que antes de realizar una importación se debe presentar una declaración de importación en la aduana para que se realice la debida inspección antes de obtener el permiso de importación, sin el cual no se puede importar (Japan Customs, S.F.).

- Para poder ingresar la mercadería se debe de seguir los siguientes pasos según la aduana japonesa:
- Ingresar las facturas con descripción
- Certificado de origen (país exportador)
- Certificado de aprobación de importaciones (solo para los bienes requeridos por el Ministerio de Economía, Comercio e Industria o Dirección General de Aduana)
- Certificado de notificación de importación de alimentos, certificación fitosanitaria y de inspección de cuarentena para la importación
- Documento de productos que aplican a tarifas preferenciales y buscan reducción en aranceles.

5.2.3 UNIÓN EUROPEA

5.2.3.1 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

La certificación orgánica en Europa se las conoce como reglamento CEE 834/2007 y 889/2008, es como una legislación orgánica en Europa, dentro de este se encuentran los requisitos para obtener la certificación para cualquier producto orgánico. La comunidad europea compuesta de 15 países tiene su comisión europea que controla se cumplan los requisitos desde su cultivo, cuidado y cosecha, los requerimientos exigidos se aplican tanto en los productores internos y exportadores, para así otorgar el certificado (European food safety authority, S.F.).

Al momento de querer obtener la certificación debe de seguir con los siguientes pasos:

- Presenta la solicitud
- Contacto con el agente acreditado

- El inspector lleva a cabo la inspección
 - Comprobar que cumpla con todas las normas requeridas, (pruebas)
 - Inspección exigente.
- Verificación de informe (que cumpla con los requerimientos)
- Se otorga el certificado

Una vez aprobado con los requerimientos de la comunidad europea se otorga el sello que acredita el producto como orgánico, tal como se indica en el artículo 57 del presente reglamento “toda mercadería que cumpla con los requisitos exigidos podrá hacer uso en su etiqueta el sello que lo acredita como producto orgánico y pueda ser comercializado en Europa sin inconveniente”

5.2.3.1.1 LOS AGENTES CERTIFICADORES

Dentro de la legislación ecológica de la comunidad europea se menciona a los agentes acreditadores, ellos pueden otorgar los certificados siempre y cuando se cumplan por completo sus requerimientos, caso contrario se perderá la acreditación inmediatamente. Por lo general los costos de un agente suelen ser muy altos, por tal motivo el reglamento menciona que si un agente se encuentra en el país exportador minimiza los gastos y así podrá obtener una certificación con menos inconvenientes.

En el Ecuador para poder tramitar los certificados orgánicos son (European food safety authority, S.F.):

- Certification of Environmental Standards – GmbH (CERES)
- BCS-Oeko Garantie GmbH (BCS)

5.2.3.2 CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA

En la Unión Europea existe control sobre la seguridad alimenticia, por ende esto es controlado por la Dirección General de la Salud y Protección de los consumidores SANCO que se encarga de la legislación sobre la seguridad de los alimentos, los consumidores y que se cumplan sus requerimientos, por otro lado La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria EFSA es la entidad que emite dictámenes científicos, los riesgos o emergencia alimenticia, ambas instituciones controlan que sus normas se cumplan (Executive agency for health and consumers, S.F.).

Para aprobar la entrada al puerto se exige el certificado fitosanitario del país de origen, donde se indique que el área de cultivo está libre de plagas, ni exceso de pesticidas. En Ecuador se tiene que cumplir los siguientes requisitos para obtener la certificación fitosanitaria:

- Registro de Productor / Exportador, y éste tiene una vigencia de 2 años requieren de renovación.
- Solicitar la emisión de un Certificado Fitosanitario
- Inspección del producto a embarcar.
- Obtención del certificado con un valor de 50 dólares

Luego de obtener la misma se procede a la exportación donde se revisara en el país importador que cumplan con todas las normas requeridas para que se autorice la entrada.

5.2.3.3 PLAGUICIDAS Y OTROS

La legislación europea en su reglamento determina el control sobre los contaminantes o plaguicidas, por ende se indica que se prohíbe la introducción de productos que contengan una cantidad no tolerable de residuos, se exigen niveles muy bajos para permitir el acceso al mercado, a su vez permite que los miembros de la comunidad puedan ser ms rigurosos en sus requisitos.

El límite máximo de residuos de plaguicidas (LRM) indica el porcentaje aceptable en el producto ya sea para el consumo humano y animal, en los alimentos se encuentra en el 0.01 mg/kg este es el límite estándar, ya que hay ciertos productos transformados que solicitan un LRM exacto (Executive agency for health and consumers, S.F)

5.2.3.4 DESPACHO DE ADUANA

En el control de aduana se revisa que la mercadería tenga todos los certificados pertinentes, en el puerto de entrada, en este se realiza el control de la documentación, se inspecciona los productos tanto el físico como una muestra del mismo, para garantizar que cumple con todo lo solicitado.

La aduna europea ha pensado en agilizar y garantizar los trámites por tal genero la aduana electrónica o e-customs que permite a los operadores un portal con aplicaciones aduaneras en línea, este programa se llama aplicación aduanes DELT, donde se puede seguir los pasos requeridos en la aduana sin riesgo a que no esté a la par a los reglamentos de entrada

Los documentos solicitados para la gestión son:

- Ingresar las facturas de exportador
- Certificado de origen (país exportador)
- Certificado de aprobación de importaciones (para los importadores)
- Certificado fitosanitario

CAPITULO VI

OPORTUNIDADES COMERCIALES DE EXPORTACIÓN

6.1 ESTADOS UNIDOS

6.1.1 PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Actualmente nuestro país tiene preferencia arancelaria unilateral con los Estados Unidos lo cual fomenta las políticas, promueven el comercio y las inversiones entre estos países negociantes, al momento Ecuador se beneficia con las siguientes preferencias arancelarias las cuales son: Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), Ley de Preferencias Comerciales para los Países Andinos (LPCPA) y Ley Andina de Promoción Comercial y Erradicación de las Drogas ATPDEA. (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J. 2011.)

6.1.1.1 LEY DE PREFERENCIAS COMERCIALES PARA LOS PAÍSES ANDINOS (LPCPA)

Esta ley de preferencia conocida también como ATPA por sus siglas en ingles otorga la entrada a los Estados Unidos de productos provenientes de Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú de mercadería libre de aranceles pero esta ley es solo para las mercancías producidas en los países beneficiarios ya mencionados. **(Departamento de Promoción Económica. 2012.)** Este sistema unilateral fue creado como ley el 4 de diciembre de 1991 y expiro el 4 de diciembre del 2001, luego esta se renovó hasta el 31 de diciembre 2006, posterior se realizó una extensión hasta el 31 de diciembre de 2014. Posterior, el ATPA se transforma en el ATPDEA. (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J. 2011.) & (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, S.F)

6.1.1.2 LEY ANDINA DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y ERRADICACIÓN DE LAS DROGAS ATPDEA

Dentro de este sistema preferencial unilateral se encuentran ciertos países andinos beneficiados, aunque se supondría que al utilizar el término andino serían todos los países dentro del CAN, pero no es así, de tal manera los países beneficiados por esta ley son Ecuador, Colombia y Perú, los mismos que han obtenido esta preferencia gracias a sus proyectos de erradicación de la droga, siendo esta ley un medio de gratificación comercial para estos países por sus esfuerzos, en febrero del 2011 esta ley venció pero fue renovada con vigencia hasta el 31 de julio de 2013, permitiendo el ingreso al mercado de Estados Unidos de más de 4,180 productos libres de aranceles, los cuales son reconocidos por su preferencia con la letra J en el sistema armonizado HTSUS. (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J. 2011.). Con esta ley de preferencia el mango ecuatoriano se beneficia al ingreso al país estadounidense.

6.1.1.3 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIA

El Sistema Generalizado de Preferencia o por sus siglas en inglés GSP es un sistema arancelario unilateral destinado para ayudar y mejorar la economía de los países en desarrollo, beneficiándolos liberando de aranceles a cerca de 4800 productos de los 129 países beneficiados dentro de los cuales se encuentra nuestro país. El GSP llegó a su tiempo de validez el 31 de diciembre de 2010 y se renovó el 21 de octubre de 2011 con fecha de expiración 31 de julio de 2013, posteriormente se espera una nueva renovación en el 2013. (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J., 2011.). También, el SGP representa una parte importante de las exportaciones de los países beneficiados, a su vez con el SGP comprenden la mayoría de los productos

exportados por los Estados Unidos. (Office of the United states Trade Representative, 2011).

6.1.2 ACUERDOS COMERCIALES INTERNACIONALES

6.1.2.1 NACIÓN MÁS FAVORECIDA MFN

Al momento nuestro país no tiene acuerdos o tratado de libre comercio con el mercado estadounidense firmado directamente con el Ecuador, solo se mantiene el acuerdo de Nación Más Favorecida al cual accede nuestro país por ser miembro de la Organización Mundial de Comercio OMC, por tal acceder a los diferentes tipos arancelarios determinados por la OMC. (Amaluisa, K.; Vega, D.; Larrea, M. & Viera, J. 2011.)

6.2 JAPÓN

6.2.1 PREFERENCIAS ARANCELARIAS

6.2.1.1 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIA (SGP)

El SGP nace a través del acuerdo de UNCTAD, el cual es un sistema preferencial unilateral para ayudar a países en desarrollo, otorgando a ciertos productos estar libre de arancel a los países beneficiados, es por eso que el gobierno que adopta este sistema lo hace bajo sus reglas, es decir, puede suspender o limitar los beneficios unilaterales. (MOFF, s.f). Con el país nipón cerca de 141 países en desarrollo se benefician del SGP, otorgando trato preferencial alrededor de 337 productos agrícolas y de pesca y 3215 productos industriales. (Oficina Comercial del Ecuador en Japón. 2010) & (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. 2012). Esta sistema se creó a comenzó el

1 de agosto de 1971, y tiene fecha de validez hasta 31 de marzo de 2021. (MOFF, S.F).

6.2.2 ACUERDOS COMERCIALES

6.2.2.1 NACIÓN MÁS FAVORECIDA

El Ecuador al ser parte de OMC al igual que Japón se beneficia del acuerdo de Nación Más Favorecida donde el porcentaje aproximado de arancel para productos agrícolas es del 10.7% y productos no agrícolas es de 3.5%, estos porcentajes fueron establecidos en el 2009, siendo al momento el único acuerdo vigente en nuestro país, puesto que no tiene ningún tratado libre de comercio fijado con Japón. (Oficina Comercial del Ecuador en Japón. 2010) & (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. 2012).

6.3 UNIÓN EUROPA

6.3.1 PREFERENCIAS ARANCELARIAS

La Unión europea cuenta con 27 países miembros, estos son: Alemania; Austria; Bélgica; Bulgaria; Chipre; Dinamarca; Eslovenia; España; Estonia; Finlandia; Francia; Grecia; Hungría; Irlanda; Italia; Letonia; Lituania; Luxemburgo; Malta; Países Bajos; Polonia; Portugal; Reino Unido; República Checa; República Eslovaca; Rumania; Suecia. (Villamar, A., 2011.), dentro de los cuales tienen los mismos acuerdos comerciales, la misma moneda, política aduanera y demás, es decir que estos rigen para todos los países miembros. (Villamar, A., 2011.) & (Punte, J., 2011.). A su vez dentro de estos países europeos su sistema arancelario se rige la nomenclatura europea TARIC de 10 dígitos, y corresponden a la clasificación arancelaria de la Comunidad Andina (NANDINA). (Eljuri, J., 2010.).

6.3.1.1 SISTEMA GENERALIZADO PREFERENCIAL

Este sistema otorga preferencia arancelaria unilateral a más de 170 países en vías de desarrollo permitiendo de esta manera el ingreso con 0% de arancel a todos los productos de mayor exportación en la Unión Europea menos el mango, puesto que no es de mayor exportación, este arancel es gracias a que Ecuador es miembro de la OMC al igual que los países europeos siendo de esta forma favorecido nuestro país al momento de su entrada a los países miembros al no pagar arancel en ciertos que productos que son de mayor demanda. (Villamar, A. 2011.) & (Punte, J. 2011.).

6.3.2 ACUERDO COMERCIAL

6.3.2.1 NACIÓN MÁS FAVORECIDA

La Organización Mundial de Comercio (OMC) aplica la Tarifa de Nación Más Favorecida (NMF) para todos los miembros de la OMC, siendo Ecuador miembro se le otorga una tarifa arancelaria promedio. En el caso de productos agrícolas se le otorga el 13.5% y los no agrícolas el 4%, y en promedio general aplicado a todos los países miembros es de 5,3%, estos porcentajes fueron aplicados en el 2009 y hasta el momento se mantienen en vigencia, después de este acuerdo unilateral no hay otro convenio con el que se pueda favorecer nuestro país. (Villamar, A. 2011.) & (Punte, J. 2011.).

6.4 ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES

En Ecuador los productos agrícolas orgánicos son exportados a diversos países del mundo, incluyendo a los 3 mercados más importantes que son: Estados Unidos, Europa y Japón, cada uno de estos principales mercados cuenta con sus barreras arancelarias, exigencias y a su vez con sus ventajas como

preferencias arancelarias o acuerdos comerciales, es así que a través del capítulo 5 y el presente podemos analizar cual país importador ofrece mayor facilidad de ingreso, provocando un incremento en el comercio y acceso al mercado. En el capítulo 5 los mercados de Estados Unidos, Europa y Japón, al ser los principales importadores de productos orgánicos en el mundo, fueron investigados para conocer las barreras y dificultades de ingreso que estos generan, tales como: certificados, aduana, aranceles, impuestos, cuotas, entre otros que fueron detallados anteriormente, de igual manera en este capítulo 6 se investiga a los países en mención, pero las oportunidades de ingreso, tales como: acuerdos comerciales y preferencias arancelarias a favor de Ecuador, con la finalidad de conocer qué mercado genera oportunidades favorables al país, por tal motivo se establecieron categorías y clasificación para determinar qué país ofrece mayor oportunidad de ingreso y cual menor, clasificando a los 3 países de 1 al 3, siendo 1 el que otorga mayor oportunidad y 3 la menor.

Categoría	Clasificación
Mayor Oportunidad de Ingreso / Menos Barrera	1
Media Oportunidad de Ingreso / Barreras Medias	2
Menor Oportunidad de Ingreso / Más Barreras	3

Tabla 6 Matriz Categoría y Clasificación de los países importadores de mango orgánico
Fuente: Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación
Elaborado: Ruiz K., & Zambrano, E. (2013)

Los principales países importadores se van a clasificar según las categorías ya determinadas, las mismas que se clasificaron bajo el análisis de los capítulos de estudio que se mencionaron anteriormente.

	Estados Unidos	Japón	Unión Europea
Barreras			
Arancelarias	1	2	3
No Arancelaria	1	3	2
Oportunidades			
Acuerdos y Preferencias	1	2	3
Total	3	7	8

Tabla 7 Matriz Clasificación de Oportunidades comerciales de los principales países importadores

Fuente: Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K, & Zambrano, E. (2013)

Con la tabla 2 podemos determinar que el país que ofrece mayor oportunidad tanto por su barreras menos exigentes como su oportunidad en acuerdo y aranceles es Estados Unidos, cuya preferencia arancelaria del ATPDA el mango tiene 0% de arancel de ingreso a este país, más los otros países es dividido, Japón ofrece sus oportunidades de ingreso son medias debido a su 10,7% de arancel a los productos agrícolas por el NMF, pero tiene mayor dificultad de ingreso por las barreras no arancelarias que son muy exigentes, donde encontramos que los certificados fitosanitarios y orgánicos del país nipón son exigentes, luego tenemos a la Unión Europea donde sus oportunidades de ingresos son altas debido a su 13.5% de arancel a los productos agrícolas designado por NMF, pero tienen una dificultad media no son muy exigentes con sus barreras no arancelarias como los es Japón. Por lo anteriormente expuesto podemos determinar que el mercado con mayor oportunidad es Estados Unidos con un total de 3 puntos, seguido por Japón con 7 puntos y por ultimo Unión Europea con 8 puntos, en el cual se los categoriza a cada uno de estos países por su totalidad donde el total inferior simboliza mayor oportunidad y un total mayor es del país con menos oportunidades, donde su ingreso al mercado es difícil.

CAPITULO VII

“HIPÓTESIS”

7.1 HIPÓTESIS

La producción de agricultura orgánica es un mercado que está creciendo, el cual cada año la demanda de los mismos se incrementan con gran atracción en países como Estados Unidos, Japón y Europa, donde Ecuador es reconocido con sus principales productos en los países en mención, mas ahora se está exportando otros cultivos orgánicos, en este caso el mango, que actualmente está obteniendo prestigio y aumentando su exportación.

Partiendo de lo antes mencionado nuestra hipótesis dentro de esta investigación es:

- En un futuro el cultivo de mango orgánico, con la demanda actual, puede llegar a ser un producto principal de exportación
- La agricultura orgánica al ser un mercado en crecimiento podría incrementar su participación dentro del PIB nacional.
- Los diferentes cambios que se podrán sucintar en el PIB en 10 años si aumentan las exportaciones del sector agrícola, gracias a la producción orgánica.
- Si aumentan las exportaciones de mango orgánico se podría generar un impacto económico y social a los miembros del entorno productor y exportador
- Si los productores y exportadores ecuatorianos llegaran a ver a la agricultura orgánica como un medio de diversificación para el desarrollo económico, se generaría un incremento en las exportaciones de mango orgánico llegando así a convertirlo en un producto principal de exportación.

CAPITULO VIII

“METODOLOGÍA”

8.1 MÉTODO

El método escogido para llevar a cabo esta investigación es el método Delphi, siendo una técnica para pronósticos futuristas.

8.2 JUSTIFICACIÓN

El motivo por el cual se escogió el método prospectivo, de expertos o Delphi fue por su técnica para resolver problemas o toma de decisiones las cuales están establecidas en un escenario futurista; cuya respuesta se basa en los conocimientos y opiniones de un grupo de expertos en el tema a tratar.

Este método es utilizado para pronosticar, el cual genera un escenario sobre lo que es probable que ocurra en el futuro, basándose en análisis y en consideraciones de juicio u opiniones de expertos y obtener así un consenso de criterios (Alfaro. R.; Castro, V. & Romero, B, 2005), donde las principales características para llevar a cabo con éxito este tipo de metodología son (Astigarra, S.F):

- Anonimato: los expertos no se deben conocer entre ellos para no ejerza un líder
- Interacción: realizar varias rondas en este trabajo solo se realizaría una ronda por el poco tiempo para llevar a cabo el presente trabajo

- Retroalimentación: presentar varias veces el mismo cuestionario, agregando o quitando preguntas según la opinión del grupo. (Mallo, P; Artola, M; Galante, M; Martínez, D; Pascal, M; & Morettini, M, S.F).
- Resultados estadísticos: las respuestas de los cuestionarios realizados, se pueden presentar en forma estadística
- Heterogeneidad: la participación de expertos de ramas específicas que aporten al estudio. (Izquierdo, C; Pascual, B; Romero, A; & Gómez, V, S.F)

Todas estas características en mención generan que los resultados obtenidos por este método sean eficaces, confiables y cuenten con respuestas otorgadas solo por conocedores, siendo esta la base del método, la recepción de los criterios de un grupo de expertos sobre el tema, recibidas a través de una encuesta.

Esta técnica reúne aspectos de investigación cualitativos y cuantitativos, es así que permite poder utilizarlas en etapas tanto herramientas cualitativas y cuantitativas, lo que permite obtener resultados sin necesidad de trabajar con representación estadística, utilizándola para medir el peso de las diversas tendencias y opiniones emitidas por los expertos (Global University Network for Innovation, 2007).

Las investigaciones prospectivas tienen como finalidad el consenso de criterios objetivos y confiables, criterios con alta probabilidad de ser eficientes, toma de decisiones y otorgar un clima creativo sin conflictos entre expertos (Moráquez, A, 2006), todo esto conlleva a utilizar herramientas cualitativas para llegar al objetivo. (Gestiopolis, S.F)

Por lo anteriormente expuesto consideramos esencial el uso de este método, puesto que en nuestra investigación se pretende conocer si en 10 años o más el mango orgánico ecuatoriano podrá convertirse en un producto principal de exportación, pero para ello hay que conocer los criterios de los expertos basándose sobre los factores comerciales que inciden sobre el mercado orgánico, ya sean estas barreras, oportunidades o entorno que lleven al mango orgánico a convertirse en un producto principal.

8.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El método Delphi está clasificado de diferentes técnicas, las cuales se llevan a cabo según su aplicación, y estas son (Izquierdo, C; Pascual, B; Romero, A & Gómez, V, S.F.):

- Por conducción, que son convencional y computador;
- Por objetivo, que son de proyección y de político; y
- Otro tipo, que es cara a cara, tiempo real, fuzzy, y borroso.

En nuestra investigación se realizara a través del método Delphi convencional, puesto que este método cuenta con una estructura secuencial que lo hace un proceso completo, que indaga, obtiene, concluye y da un resultado al tema propuesto, a través de un cuestionario enviado a un grupo de expertos, posteriormente, los cuestionarios se refinan y definen los hechos o propuestas para medir la exactitud o el soporte de los participantes en siguientes rondas. (Varela, M; Díaz, L & García, R, 2012).

Es así que este método convencional nos ayudará en nuestra investigación a conocer el tiempo y si el mango orgánico ecuatoriano se convertiría en un

producto principal de exportación, a través de un pronóstico, generado por los expertos.

El método Delphi convencional es el más común y tradicional de los métodos Delphi, es así que se lo ha utilizado en varios estudios, tales como “Descripción y usos del método Delphi en investigaciones del área de la salud” realizado por Varela, M; Díaz, L & García, R en el 2012, el cual utiliza a plenitud el Delphi convencional y a su vez podemos encontrar varias investigaciones que utilizan esta metodología, aunque este tipo de investigaciones no es de la rama de estudio de nuestra investigación si hay una que se apega a nuestro lineamiento el cual fue realizado por el III Congreso de la Asociación Hispano – Portuguesa de Economía de los Recursos Naturales y Ambientales realizado por Almansa, C; Martínez, J.M; García, S; Hernández, A & Martínez, J. cuyo trabajo se denomina “Acercando Posturas sobre el Descuento Ambiental: Resultados Preliminares de un Sondeo Delphi a Expertos en el Ámbito Internacional”

Al observar eso, nos damos cuenta que nuestra investigación se ajusta tanto al método como la técnica que deseamos investigar, puesto que se ajusta a nuestro lineamiento de investigación al querer conocer un pronóstico de un suceso incierto todavía, es por eso que para llevar a cabo esta tesis se seguirán ciertas fases o etapas.

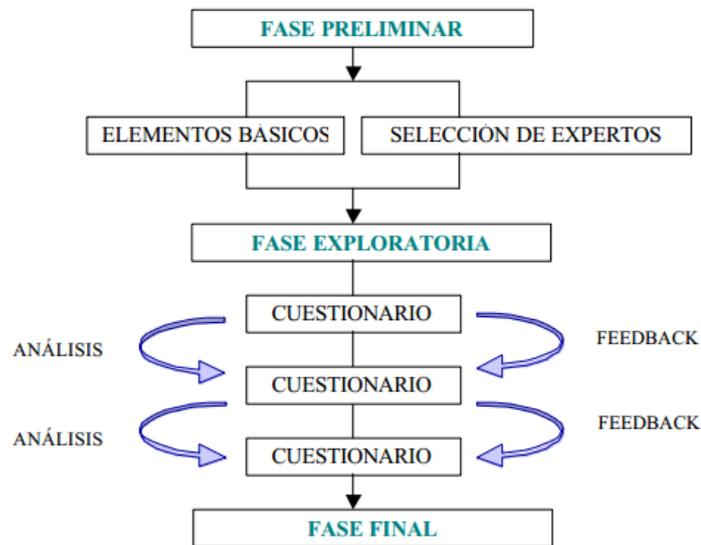


Grafico 5.- Fases Delphi

Bravo, M & Arrieta, J (s.f.). El método Delphi. Su implementación en una estrategia didáctica. Revista Iberoamericana de Educación. P.p 3

Recuperado de <http://www.rieoei.org/deloslectores/804Bravo.PDF>

Basándonos en el método escogido para desarrollar la presente investigación, se lo divide en 3 fases claves, los cuales son: fase preliminar, fase exploratoria y fase final, las mismas que nos ayudaran a estructurar la investigación y recolección de datos.

En la fase preliminar se limita al contextos, es decir determinar el o los objetivos de la investigación y la selección de los expertos, acorde a los requerimientos necesarios (Bravo, M & Arrieta, J, S.F.)

La fase exploratorio se basa en la elaboración y aplicación de los cuestionarios, en la cual se pueden definir varias rondas según se vea necesario y se da de tal forma que con las respuestas más comunes de la primera se confecciona la siguiente ronda. (Bravo, M & Arrieta, J, S.F.)

Finalmente, la última fase, se encarga de analizar de forma estadística ya sean cuantitativas o cualitativas las respuestas y la presentación de la información obtenida, con todas estas fases en conjunto se realizaría la presente investigación de forma idónea para conocer si el mango orgánico se convertirá en un producto principal de exportación y el tiempo que llevaría.

8.4 SELECCIÓN DE EXPERTOS O MUESTRA

Para llevar a cabo esta área de selección es necesario conformar dos grupos humanos encargados de validar el instrumento diseñado, en este caso el grupo coordinador y el grupo de expertos. (Blasco, J; López, A & Mengual, S, 2010); es así que el grupo coordinador seríamos nosotras, puesto que hemos analizado a los expertos, realizado las encuestas y analizado los datos, posterior el otro grupo de expertos que para muchos la selección de los participantes o expertos en un proceso Delphi constituye un factor de particular importancia (Igarza, R, 2008). A estos expertos se los debe de seleccionar por su conocimiento sobre el tema a investigar, es decir especialistas prestigiosos que tienen una visión global, más amplia y distanciada de la Sociedad de la Información. (Igarza, R, 2008).

Partiendo de esto los expertos se deben de seleccionar bajo ciertos criterios como las competencias, es decir conocimiento sobre el tema de estudio (académico); visión prospectiva, una visión sistémica; y conocimiento necesario, como la experiencia en el campo. (Gomes, A, 2005).

El panel de expertos puede estar constituido entre 2 a 7 expertos, y debe de seguir un proceso con ellos, el cual es envío de cuestionario, seguimiento, recordatorio y validación de datos, adicionalmente, se ha determinado que por

el tema a estudiar solo se seleccionara expertos que cumplan con los requisitos y características requeridas, y que pueden ser escogidos a nivel nacional.

8.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS EXPERTOS A SELECCIONAR

Las características que deben cumplir los expertos para ser elegidos son tres parámetros, las cuales son:

- Años de experiencia, como mínimo 5 años de experiencia en el campo de estudio;
- Área que se desenvuelve, si diariamente trata sobre el tema;

Conocimiento del tema, en este último requisito se divide en dos: conocimiento de agricultura orgánica en ecuador y el comercio de la misma en el mundo.

8.4.2 TIPO DE MUESTRA

El tamaño seleccionado puede verse influenciado por factores de distinta índole como el ámbito geográfico, la diversidad de colectivos afectados, las áreas de actividad laboral de los mismos etc. (Ortega, F, 2008), es así que se buscó a expertos que cumplan con estas características y se contactó 5 conocedores que cumplieran con el perfil requerido, se les solicitó su ayuda, pero solo 3 expertos aceptaron participar, como se indica "...debemos prever el número de rechazos a participar" (Ortega, F, 2008), lo cual se dio en este caso, los expertos que contestaron cumplen con estos requisitos básicos, como se establece en la tabla a continuación:

EXPERTO	AÑOS DE EXPERIENCIA	ÁREA LABORAL	ÁREA DE CONOCIMIENTO
1	20 años	Co - Propietario de empresa de insumos orgánicos	Conocimiento en Importaciones/ y masterado en agricultura orgánica
2	10 años	Agro negocios	Temas agrícolas, exportaciones e importaciones
3	5 años	Insumos agrícola y producción y comercialización de productos ecológicos	Agricultura orgánica, producción y comercialización

Tabla 8 Datos personales Expertos

Fuente: Las autoras

Elaborado: Las autoras

Como se puede apreciar en la tabla los expertos cumplen a cabalidad con los requisitos determinados y por tanto sus ideas o pensamientos van a ser de aporte a la investigación.

8.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Como se ha ido mencionando a lo largo de este capítulo, a los expertos se les dará unos cuestionarios, los cuales se les enviará vía correo electrónico, para que se cumpla con la característica del anonimato y no exista algún tipo de influencia.

Las preguntas deben de ser concretas y claramente formuladas (Martínez, E, 2003), por tal motivo estas preguntas pueden ser de jerarquizaciones, valoraciones, comparación, elección y de estimación cuantitativa [(Landeta, 1999) Martínez, E, 2003], es por eso se determinó utilizar preguntas de elección o cerradas para que contesten los expertos.

Por tal motivo, el cuestionario o entrevista que se creó contiene 10 preguntas las cuales están basadas en la investigación realizada en el marco teórico y las hipótesis que se indicaron en el capítulo anterior, todo con el fin de dar respuesta a nuestra inquietud que es conocer si en 10 años el mango orgánico será un producto principal de exportación, por esta razón se generaron preguntas cerradas para que puedan contestar los conocedores a nuestras interrogantes.

Es por eso que escogimos como formato de preguntas el trabajo realizado por el III Congreso de la Asociación Hispano – Portuguesa de Economía de los Recursos Naturales y Ambientales realizado por Almansa, C; Martínez, J.M; García, S; Hernández, A & Martínez, J. cuyo trabajo se denomina “Acercando Posturas sobre el Descuento Ambiental: Resultados Preliminares de un Sondeo Delphi a Expertos en el Ámbito Internacional”, el cual se apega a nuestras necesidades y rangos que se decidió establecer.

8.5.1 CUESTIONARIO

En la aplicación del método Delphi que se seleccionó para esta investigación, se pueden llevar a cabo como un mínimo de 2 rondas de preguntas o cuestionarios para recabar información, pero no mayor de 7 rondas de preguntas para que el experto no pierda interés, es así que al realizar el presente trabajo por tiempo se determinó realizar una primera ronda de preguntas.

El objetivo de este primer cuestionario es obtener un consenso de opiniones sobre el tema a investigar para conocer la fiabilidad de las hipótesis y posteriormente este cuestionario generará preguntas para otra ronda, como se indica que a medida que el experto completa el cuestionario, tiene la posibilidad de revisar y cambiar sus respuestas (cuantitativas y cualitativas) sobre la base de las de otros expertos (Vitale, J, S.F), lo cual es ratificado indicando que los cuestionarios se elaborarán de tal manera que faciliten una investigación y permite otorgar respuesta por parte de los consultados (Astigarraga, S.F), la cual se lleva a cabo en una segunda ronda.

Al realizar preguntas cerradas al experto deberá optar por un conjunto de alternativas ya previstas en el formulario (S.N, S.F), por tal este tipo de preguntas se seleccionó para la primera ronda de nuestro trabajo, ya que nos ayudara a resolver nuestra inquietud sobre las hipótesis.

8.5.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Al momento de analizar los resultados se los puede representar de forma gráfica, y a la vez se puede encontrar que las respuestas a cada pregunta se pueden agrupar del siguiente modo (Maruais, J & Sánchez, J, 2012):

- Unanimidad: cuando todo el panel efectúa idéntica predicción.
- Consenso: Cuando al menos las 9/10 partes del panel realizan la misma predicción sin alcanzar la unanimidad.
- Discordancia o discrepancia se considera para el resto de situaciones posibles, es decir, cuando un mismo pronóstico no es compartido por, al menos, las 2/3 partes del panel

A su vez las respuestas pueden ser cuantificadas y ponderadas categorizadas como año de realización de un evento, probabilidad de realización de una hipótesis, valor que alcanzará en el futuro una variable o evento (Astigarraga, S.F), es por eso que al momento de obtener los resultados de las encuestas se los representara por medio de gráficos y análisis de cada pregunta.

8.6 INSTRUMENTOS DE MEDIDA.

Tomando como referencia la estructura del cuestionario realizado por Almansa, C; Martínez, J.M; García, S; Hernández, A & Martínez, J en su tesis, nuestro estudio contiene preguntas cualitativas que posteriormente se convertirá en datos cuantitativas para el análisis.

Para realizar este cuestionario se decidió trabajar con una aplicación estadística conocida como escala de Linckert, la cual va del 1 al 5, este estilo fue desarrollado por Rensis Likert a principios de los años treinta. El cual consiste

en que se pida al sujeto que seleccione uno de cinco puntos de una escala, ya mencionada, en la cual se aprecia la afirmación o juicio de una pregunta. (Pecorelli, A.; Ramírez, A.; Dubon, A, & Errazuriz, G, 2010).

Se realizara de forma auto administrada en la cual los expertos seleccionaran la opción que consideren correcta y se le otorgara un cuestionario con la respectiva escala. Se seleccionó esta técnica y escala debido a que es la más común, ya que no provocaría confusión a los expertos con otro tipo de escala, además la misma se ajusta a los parámetros que queremos plantear que son de menor a mayor, según el grado de aceptación, neutralidad o rechazo, es así que la escala es la siguiente:

Escala	Categoría
1	Totalmente en desacuerdo
2	Parcialmente en desacuerdo
3	Neutral
4	Parcialmente de acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Tabla 09 Categoría de escala de calificación en cuestionario

Fuente: Las autoras

Elaborado: Las autoras

Es así que obtenemos el parámetro representado en la tabla, y que al momento de obtener los resultados solo se deben de sumar una totalidad.

8.7 CODIFICACIÓN DE LAS RESPUESTAS.

La codificación de los cuestionarios se la hará sumando las puntuaciones que ha obtenido por parte de los expertos en cada pregunta, luego se obtendrá un total de cada una de ellas y el rango de respuesta con mayor totalidad de acuerdos en cada pregunta generaran un resultado.

8.8 FIABILIDAD DE LOS RESULTADOS.

Para tener la seguridad que el análisis e interpretación de los datos es correcta, se realizara un análisis de fiabilidad a través del Índice de Posición (IP) nos ayudara a cuantificar la posición de las opiniones según la pregunta (s.n, s.f).

Para realizar este análisis se tomó como referencia el trabajo titulado “Material y Método” documento perteneciente al Análisis de las Políticas de Seguridad Alimentaria de Colombia, el cual nos muestra la forma de análisis cualitativo para cada pregunta.

Partimos que 0 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, donde los valores cercanos a 0 son valores negativos y superiores a 0 valores positivos, el índice nos permite comparar la posición de la opinión de los expertos en cada pregunta, a su vez permite utilizar una escala simétrica.

El índice de posición (IP) se constituye de la siguiente forma:

$$I = M - \frac{1}{k-1}$$

k

$$M = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n i n_i$$

i=1

Donde n simboliza el número de informadores clave, entrevistados, que valoraron el ítem específico (pregunta), cuya valoración la hicieron en una escala ordinal compuesta por las clases "totalmente en desacuerdo", "parcialmente en desacuerdo", "neutro", "parcialmente de acuerdo" y "totalmente de acuerdo", asignando los valores 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente.

Es así que en "excelente" opción 5, se ubican los n (**expertos**) informadores que dieron ese puntaje, de tal manera para cada ítem el acumulado de puntos por los n (**expertos**) informadores clave es la sumatoria del puntaje multiplicado por los n (**expertos**) informadores que respondieron

$$(1n_1 + 2n_2 + 3n_3 + 4n_4 + 5n_5)$$

K es el # total de clases (totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, neutral, parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo).

Para el análisis, se pueden usar diferentes definiciones, tales como por las cinco categorías "totalmente en desacuerdo", "parcialmente en desacuerdo", "neutral", "parcialmente de acuerdo" y "totalmente de acuerdo", la cual utilizamos, otra utiliza tres (3) categorías (A veces, ó Parcialmente, ó En algunas ocasiones) y finalmente otras que solo utiliza dos (2) categorías son dicotómicas cuyas respuestas son "si" y "no".

$$M = 1/n (1n_1 + 2n_2 + 3n_3 + 4n_4 + 5n_5)$$

Donde n = # de informadores que respondieron la pregunta y n_i = las clases o categorías, distribuidas así en el caso de las cinco:

Categorías:

n1 = # de informadores que respondieron "totalmente en desacuerdo"

n2 = # de informadores que respondieron "parcialmente en desacuerdo"

n3 = # de informadores que respondieron "neutral"

n4 = # de informadores que respondieron "parcialmente de acuerdo"

n5 = # de informadores que respondieron "totalmente de acuerdo"

El promedio de puntos M, por experto se mueve entre uno (1) y cinco (5). El valor mínimo se alcanza solo cuando todos los informadores caen en la clase "totalmente de acuerdo", y el máximo cuando todos están en la última clase de "totalmente en desacuerdo", con un **IP= 5** cuando todas las opiniones de los informadores clave están ubicados en el extremo inferior, es decir, todos los informadores opinan totalmente de acuerdo al concepto investigado. En la misma forma **IP= 0** cuando todas las opiniones de los informadores están en "totalmente en desacuerdo".

CAPITULO IX

RESULTADOS ANÁLISIS DELPHI

Se realizó una sola ronda. La entrevista consto de un cuestionario con 10 preguntas que lleva a un total de 14 ítems (cuyo modelo es recogido en el Anexo 1 de este trabajo) procedido de un documento anexo donde se explico sobre la temática de nuestro proyecto a través de la justificación del mismo.

9.1 PRIMERA PREGUNTA

Un aumento en las exportaciones de productos orgánicos generaría un impacto económico que beneficiaría al país?

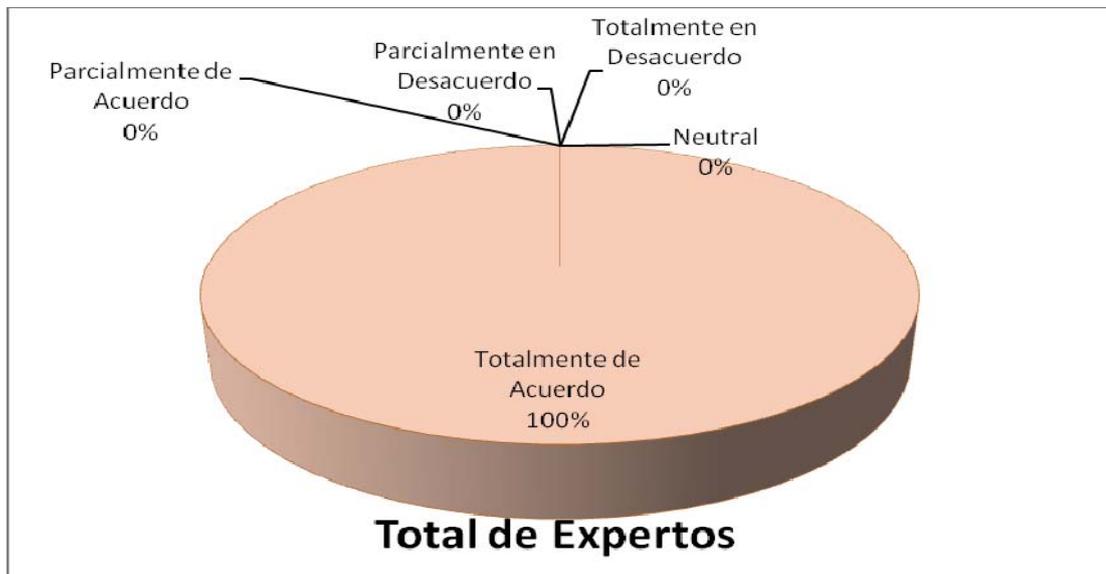


Grafico 6 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

Como se puede observar en el grafico N° 1 los tres expertos en un 100% están totalmente de acuerdo en que un aumento en las exportaciones de productos orgánicos generaría un impacto económico que beneficiara al país.

Este impacto iniciaría con la diversificación o cambio de los cultivos de mango tradicional a mango orgánico y tal como se lo ha venido mencionando a través del presente proyecto, indicando que los productos orgánicos cada vez tienen mayor demanda en diferentes países tales como Estados Unidos y la Unión Europea los cuales son los mayores importadores de este tipo de productos.

Además con el punto de vista de los expertos ratifica la siguiente hipótesis establecida en este trabajo, que “Si aumentan las exportaciones de mango orgánico se podría generar un impacto económico y social a los miembros del entorno productor y exportador.

9.2 SEGUNDA PREGUNTA

Cree usted que los pequeños y medianos agricultores se beneficiarían con el incremento de las exportaciones de cultivos orgánicos?



Gráfico 7 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

En la pregunta 2 del presente cuestionario podemos ver que dos de los tres expertos que representa el 67%, están totalmente de acuerdo en que los pequeños y medianos agricultores se beneficiaran con el incremento de las exportaciones de cultivos orgánicos.

Como se lo ha mencionado en diferentes ocasiones en esta tesis las personas que se dedican a las labores de cultivo encontrarían en la producción orgánica un medio de desarrollo económico al aprovechar este mercado, ya que la tendencia a los productos orgánico esta en ascenso, esto significa que las exportaciones de estos productos continuara aumentando a pesar de la diferencia de precio que existe con los productos tradicionales, puesto que el precio de los productos económicos son hasta el triple del valor que los productos convencionales.

Además este análisis nos permite fortalecer la hipótesis mencionada en la primera preguntar de este cuestionario y al conocer la aceptación del 67% de los expertos se demuestra que si se llevara a cabo nuestra hipótesis mencionada en la pregunta numero 1.

9.3 TERCERA PREGUNTA

Una diversificación en el mercado agrícola (convencional y ecológico) podrá verse en 10 años reflejado en el PIB de Ecuador?

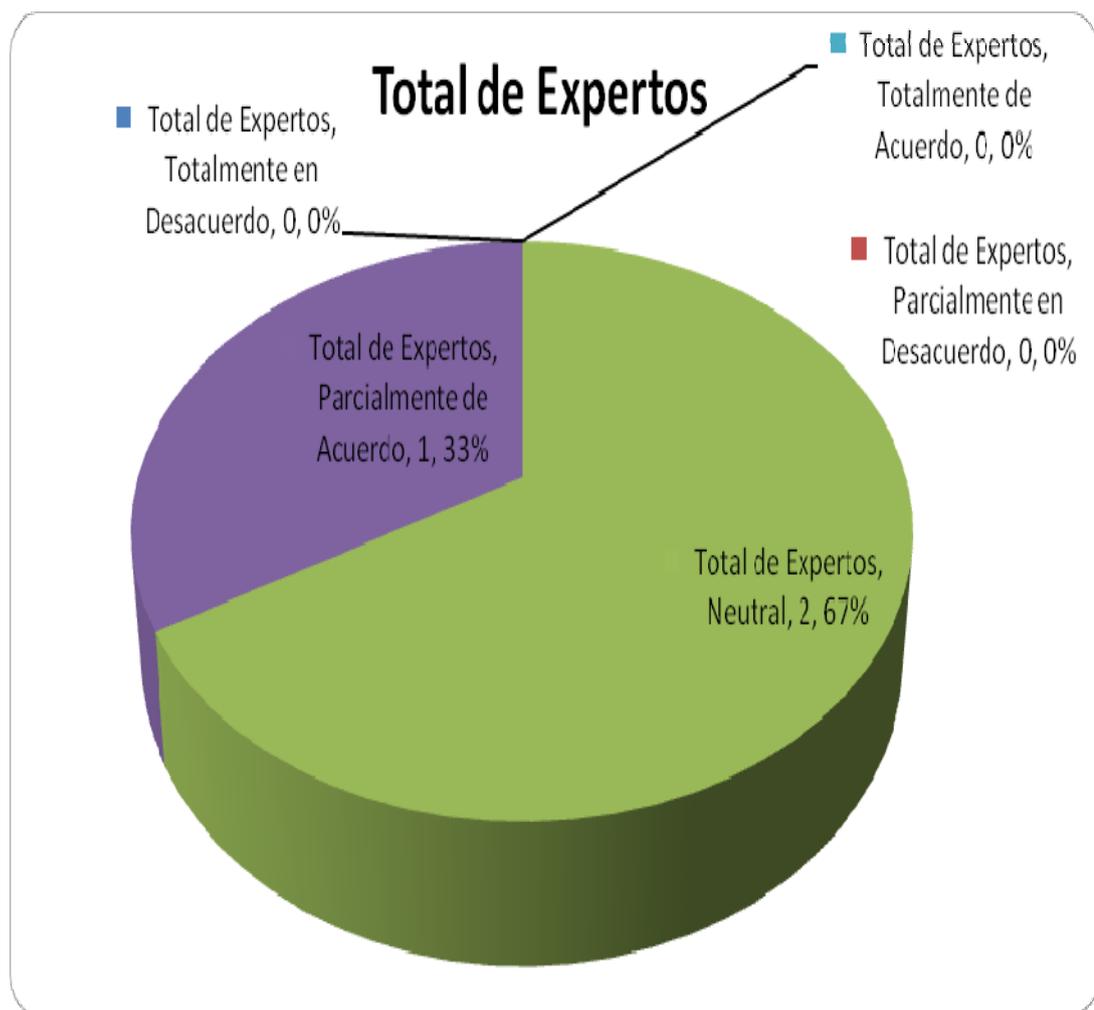


Gráfico 8 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

En la tercera pregunta encontramos que dos de los tres expertos encuestados tienen una similitud en el porcentaje de la anterior, puesto que el resultado es que el 67% (dos expertos) toman una posición neutral frente a la interrogante de que si una diversificación en el mercado agrícola (convencional y ecológico) podrá verse en 10 años reflejado en el PIB de Ecuador.

Para lo cual se muestra que nuestros expertos no pueden aceptar ni refutar, mucho menos definir si en 10 años el PIB del país podrá incrementar, a pesar de que las exportaciones de productos ecológicos, dentro de los cuales está incluido el mango orgánico, actualmente está en crecimiento.

A pesar de que esta pregunta del cuestionario tiene relación con la siguiente hipótesis “La agricultura orgánica al ser un mercado en crecimiento podría incrementar su participación dentro del PIB nacional”, hemos considerado que en esta pregunta se debería de ampliar más en una segunda ronda, puesto que este incremento podría llevar más de 10 años o que hayan otros factores que incidan en el incremento del sector agrícola en el PIB, con lo que la hipótesis planteada no sería viable.

9.4 CUARTA PREGUNTA

Es posible que el Ecuador vea en la agricultura orgánica un medio de desarrollo económico?

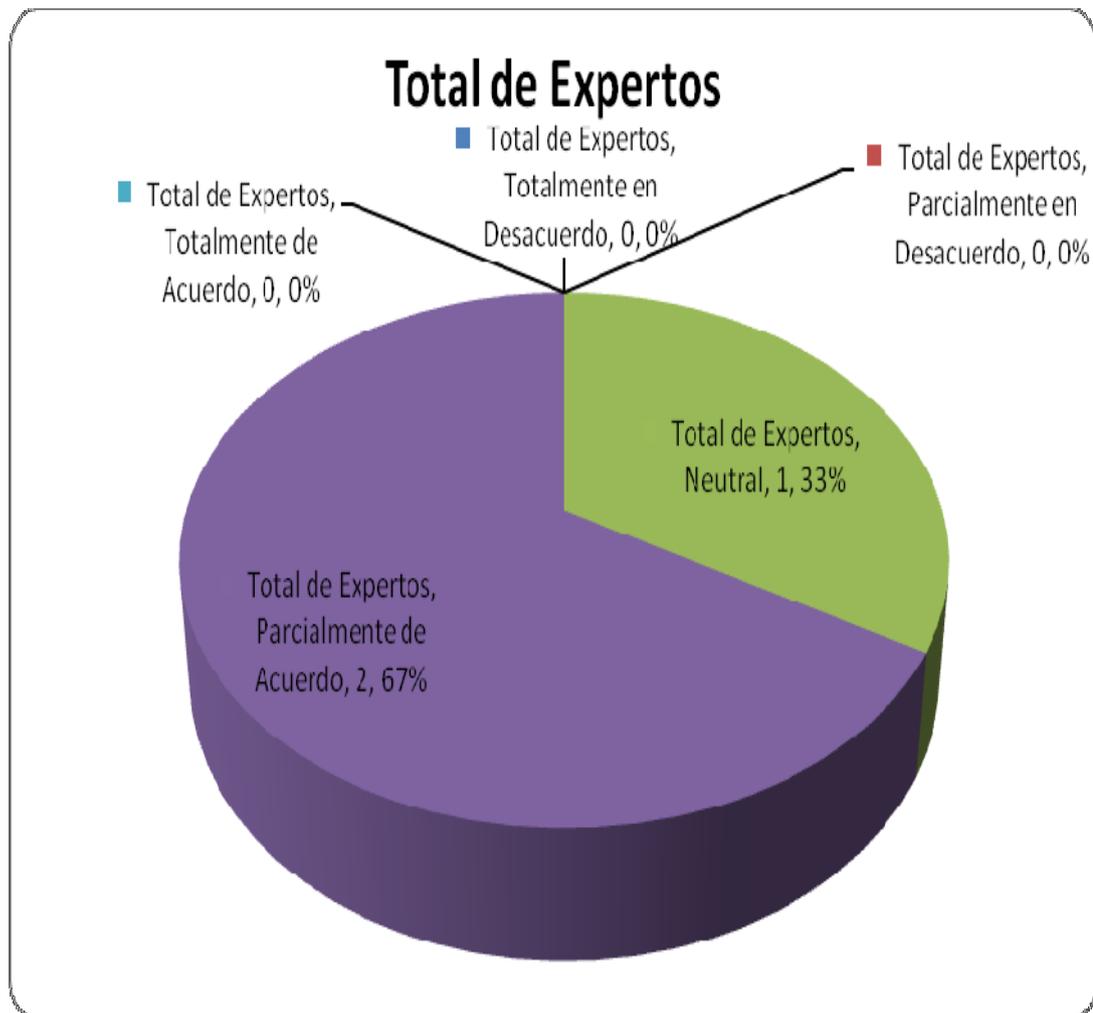


Gráfico 9 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

De los tres expertos encuestados en la pregunta cuatro encontramos que dos de estos expertos están parcialmente de acuerdo, es decir el 67%, que es posible que el Ecuador vea en la agricultura orgánica un medio de desarrollo económico.

Puesto que a pesar de considerar a este nicho de mercado en auge, en Ecuador, las plantaciones de este producto (mango orgánico) es muy limitado, esto se debe al esfuerzo tanto económico por el costo del cuidado del cultivo, como el humano (mano de obra) en especial para los pequeños productores.

Además se debe de cumplir con estándares internacionales de calidad y de certificación para poder exportar estos productos y así los pequeños productores puedan generar ingreso para el desarrollo económico, aunque las grandes empresas si pueden exportar y cumplir con estas normas, es por eso que los expertos en su mayoría están parcialmente de acuerdo, ya que la facilidad seria para las empresas y medianos productores.

9.5 QUINTA PREGUNTA

Es posible que el mango orgánico aumente sus exportaciones en los próximos años?

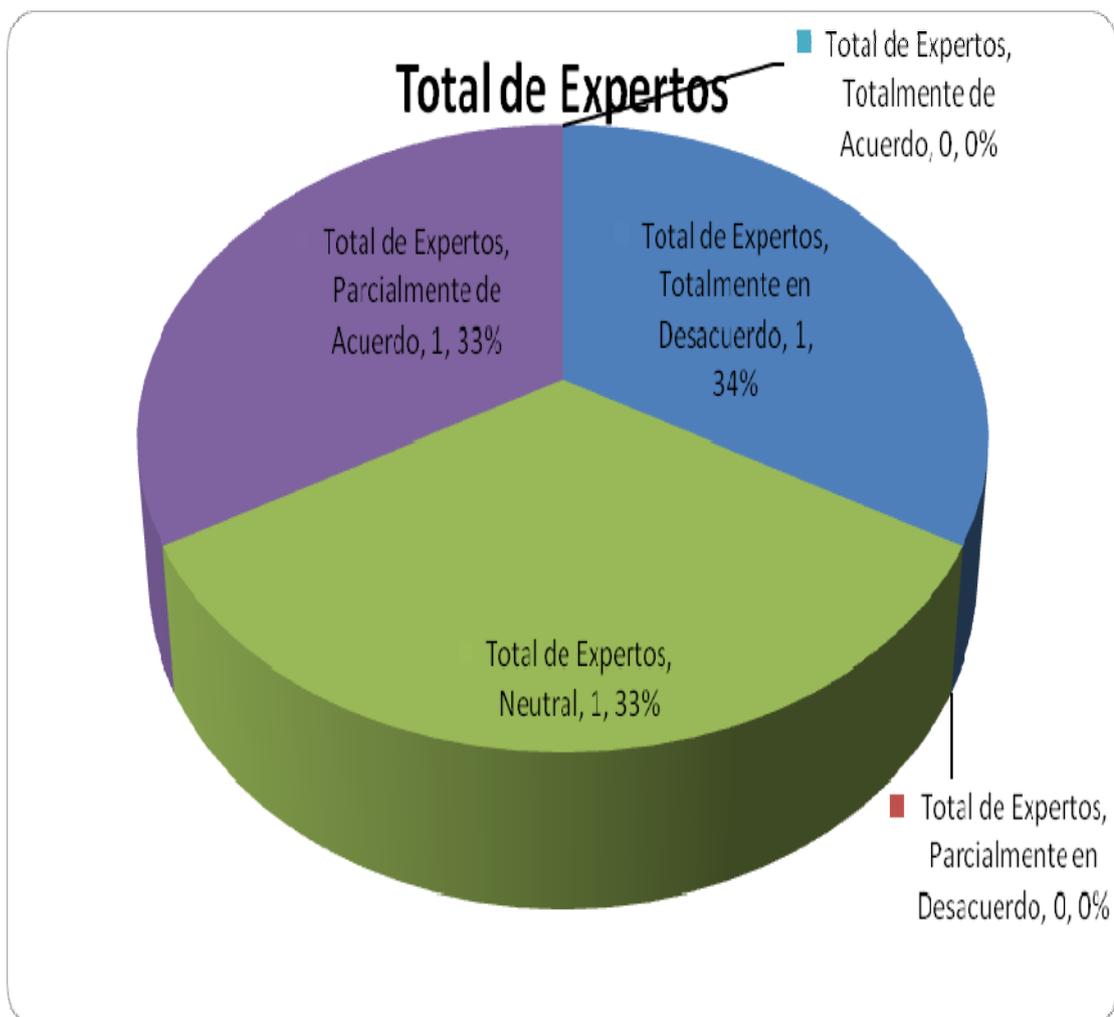


Gráfico 10 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

De acuerdo al grafico en la quinta pregunta encontramos opiniones diversas donde solamente el 34%, es decir 1 experto considera totalmente en desacuerdo sobre si es posible que el mango orgánico aumente sus exportaciones en los próximos años.

Esta es refutada, puesto que hay diversos factores tales como la ventaja de producción que tienen otros países sobre nosotros como Perú y Brasil, y que el mango orgánico ecuatoriano es un producto relativamente nuevo en sus exportaciones y cultivo.

Por otro lado, el 33% es decir 1 experto está parcialmente de acuerdo, esto nos da a entender que hay una posibilidad de aumento en las exportaciones y que estas se podrían sucintar en 10 años, tal como lo indica una de las hipótesis del presente trabajo la cual indica que “Los diferentes cambios que se podrán sucintar en el PIB en 10 años si aumentan las exportaciones del sector agrícola, gracias a la producción orgánica”.

Finalmente, el restante 33% se mantiene neutro ante esta pregunta, ya que este experto no puede establecer un periodo de tiempo en el cual se pueda determinar el aumento en las exportaciones, ni puede refutar completamente esta pregunta, debido a ciertos factores que pueden ser considerados volubles como los mencionados anteriormente.

9.6 SEXTA PREGUNTA

Cree usted que el mango orgánico tiene posibilidades de convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador?



Grafico 11 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

En esta pregunta encontramos que hay criterios divididos donde solo el 33% de los expertos, es decir 1 experto, se muestra optimista y se manifiesta totalmente de acuerdo en que el mango orgánico tiene posibilidades de convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador.

Esta respuesta puede corroborar parcialmente una de las hipótesis planteadas, la cual es “Si los productores y exportadores ecuatorianos llegaran a ver a la agricultura orgánica como un medio de diversificación para el desarrollo económico, se generaría un incremento en las exportaciones de mango orgánico llegando así a convertirlo en un producto principal de exportación”.

Pero el criterio restante de los expertos y al realizar el análisis quedo establecido que al tomar en cuenta los resultados obtenidos hemos refutado esta hipótesis, donde la mayoría de las opiniones, es decir el 67% (2 expertos) también está de acuerdo con nuestra conclusión donde se refuerza esta posibilidad opinando totalmente desacuerdo en esta interrogante, en la que el mango orgánico no podrá ser considerado producto principal de exportación en Ecuador a pesar del incremento en la demanda de este producto, puesto que este es paulatino y al momento hay pocas empresas exportando el mismo.

9.7 SEPTIMA PREGUNTA

Si aumenta las exportaciones de mango orgánico en los próximos años, usted piensa que también podría aumentar el número de empresas exportadoras de este producto?

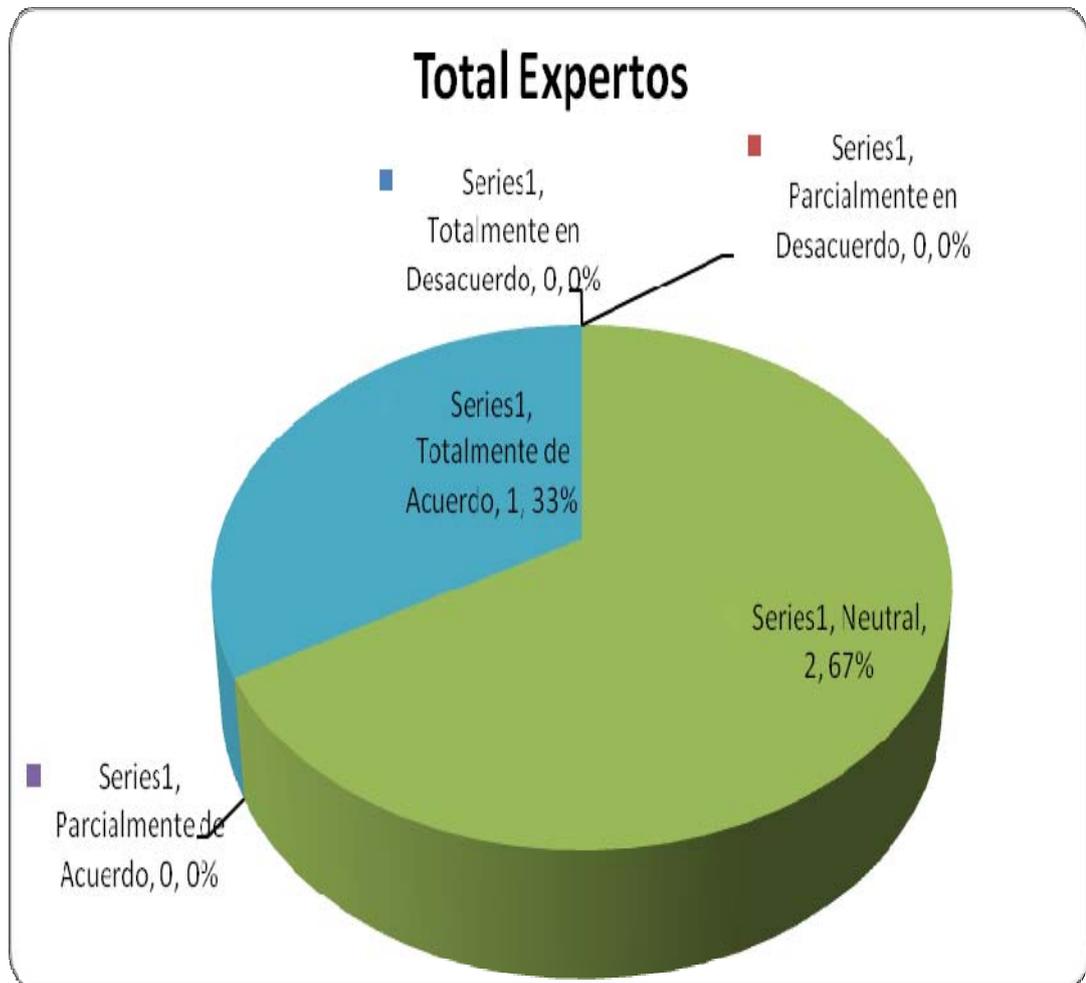


Gráfico 12 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

El 67%, es decir dos de los tres expertos difieren y se mantienen neutrales frente a la interrogante de que si aumenta las exportaciones de mango orgánico en los próximos años, también aumentaría el número de empresas exportadoras de este producto.

Tal vez su posición se deba tanto a la parte agrícola como la empresarial de Ecuador, ya que existe una variedad de requerimiento que se debe cumplir para poder lograr con satisfacción la apertura de una empresa dedicada a esta labor y la diversificación o total desplazamiento de lo convencional a lo ecológico aun se encuentra en periodo de transición.

El resultado expuesto por los expertos considera también el impacto que se generaría tanto económico como social con el aumento o cambio total de las empresas exportadoras dedicadas a productos agrícolas tradicionales, con este análisis y la información recabada en esta tesis nos permite aceptar la siguiente hipótesis "Si aumentan las exportaciones de mango orgánico se podría generar un impacto económico y social a los miembros del entorno productor y exportador"

9.8 OCTAVA PREGUNTA

Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano tendría dificultades para aumentar las exportaciones a los principales mercados importadores?

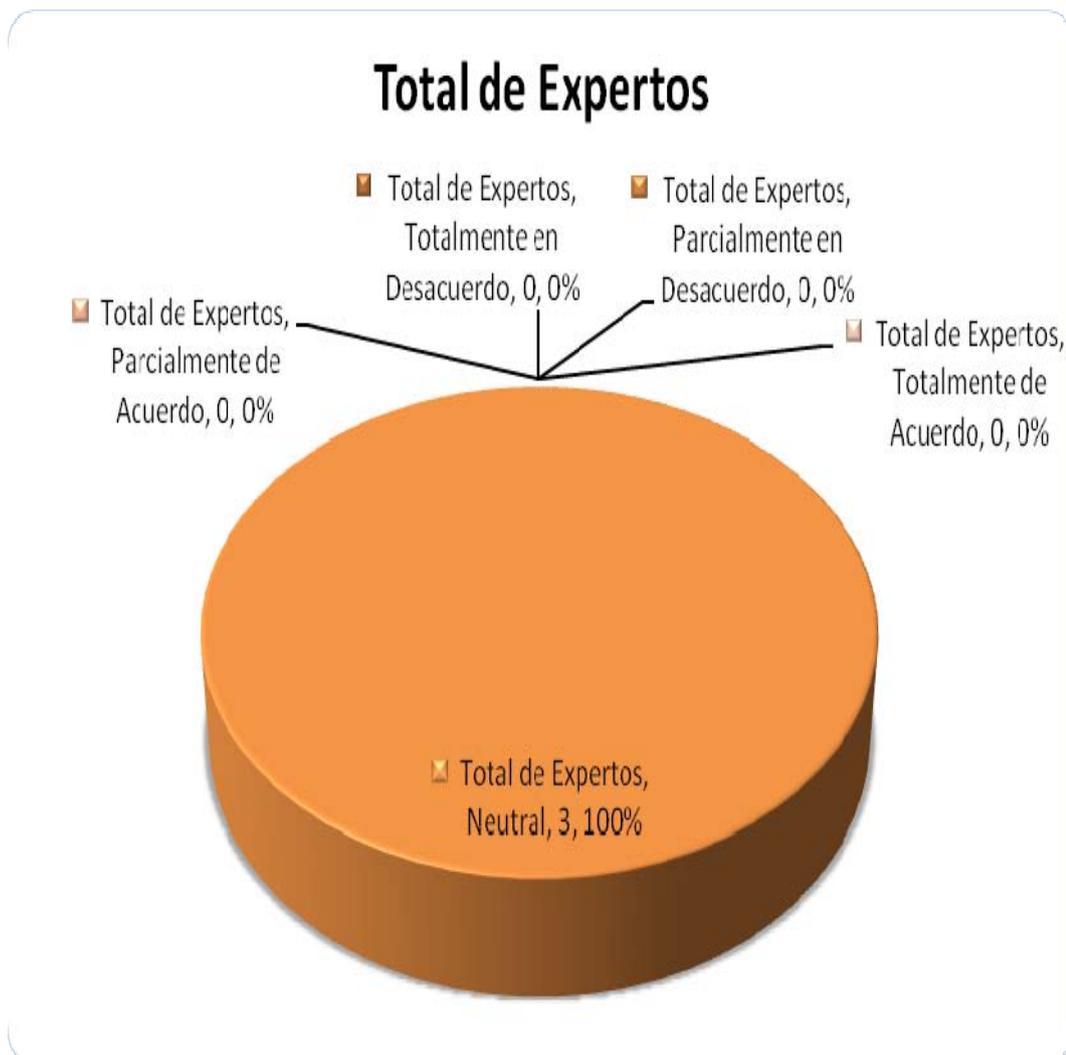


Gráfico 13 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

La posición neutral que han tomado los expertos con respecto a esta pregunta nos permite considerar dos alternativas.

La primera, que si se podría generar dificultades al momento de querer aumentar las exportaciones del mango orgánico, ya que existen diversos factores que se podrían suscitar, tales como la ventaja que tienen otros países sobre nosotros, los cuales ya llevan un largo periodo exportando esta fruta a los potenciales importadores, otro de los factores que afectarían sería el periodo de cultivo, ya que se necesita no solo de una gran inversión sino también de un cuidado especial para lograr cosechas propicias para su exportación.

Por otro lado se puede considerar que habría un mínimo de dificultad, ya que la demanda de este producto cada vez es más alta, datos que se encuentran recabados en los capítulos III y IV del presente trabajo de investigación, siendo esto un factor de ingreso importante para poder sobrellevar los costos de producción sin problema.

Como un análisis general, consideramos que se van a presentar inconvenientes aunque no tengamos con certeza que rango de dificultad se puede presentar, este se verá determinado al momento que se identifique los costos, ingresos, capacidad productiva y mercado reconocido por los exportadores.

9.9 NOVENA PREGUNTA

De acuerdo a su criterio y a la investigación presentada cree usted que el mango orgánico llegara a ser considerado un producto principal de exportación en los siguientes años: (escoja el rango que considere el más cercano)

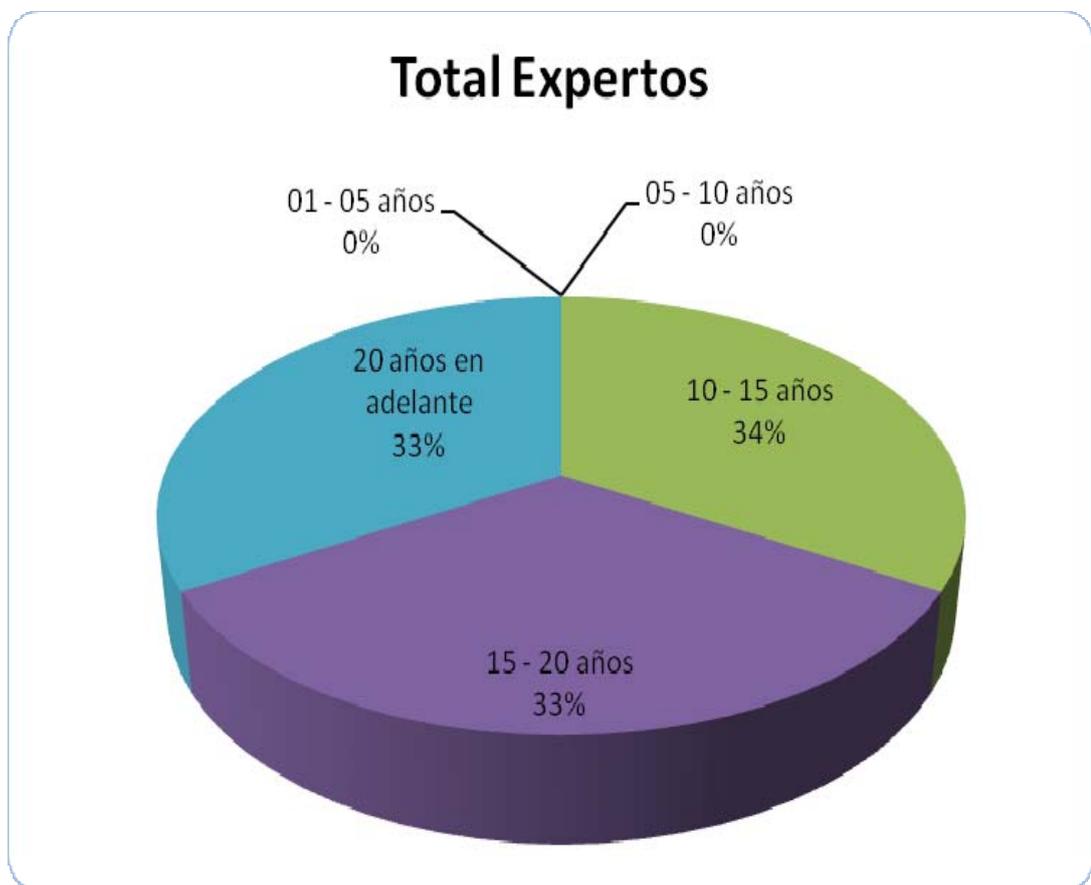


Gráfico 14 Respuesta de Expertos en porcentajes

Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación

Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

A pesar de que en la sexta pregunta la mayoría de los expertos (2 expertos) desaprueban la posibilidad de que el mango pueda convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador y con estas respuestas reforzaran la oposición para considerar verdadera la hipótesis mencionada en esa pregunta, decidimos solicitarles que contestaran la novena interrogante para conocer el rango que ellos especularían.

Dado el caso de que se pudiera realizar esta hipótesis en que rango de tiempo estimado se llevaría a cabo, siendo la interrogante si el mango orgánico llegara a ser considerado un producto principal de exportación en que rango de tiempo sería a lo que su respuesta fue : 34% de 10 – 15 años; 33% de 15 – 20 años; 33% de 20 años en adelante.

Se puede apreciar que las opiniones fueron diversas por parte de los expertos, de esta manera podemos ver que dos expertos se acercan a un rango de 15 a 20 años, desechando la idea que pudieran darse en 10 años, el cual estaba establecido como objetivo general en esta investigación, pero con la información obtenida podemos determinar que el rango aceptable sería en 15 a 20 años considerado como el tiempo propicio para que el mango orgánico sea un producto principal de exportación,

9.10 DECIMA PREGUNTA

Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano debería apuntar a otros mercados que no sean, Estados Unidos, Europa y Japón; a pesar de ser estos los que más demandantes a nivel mundial?

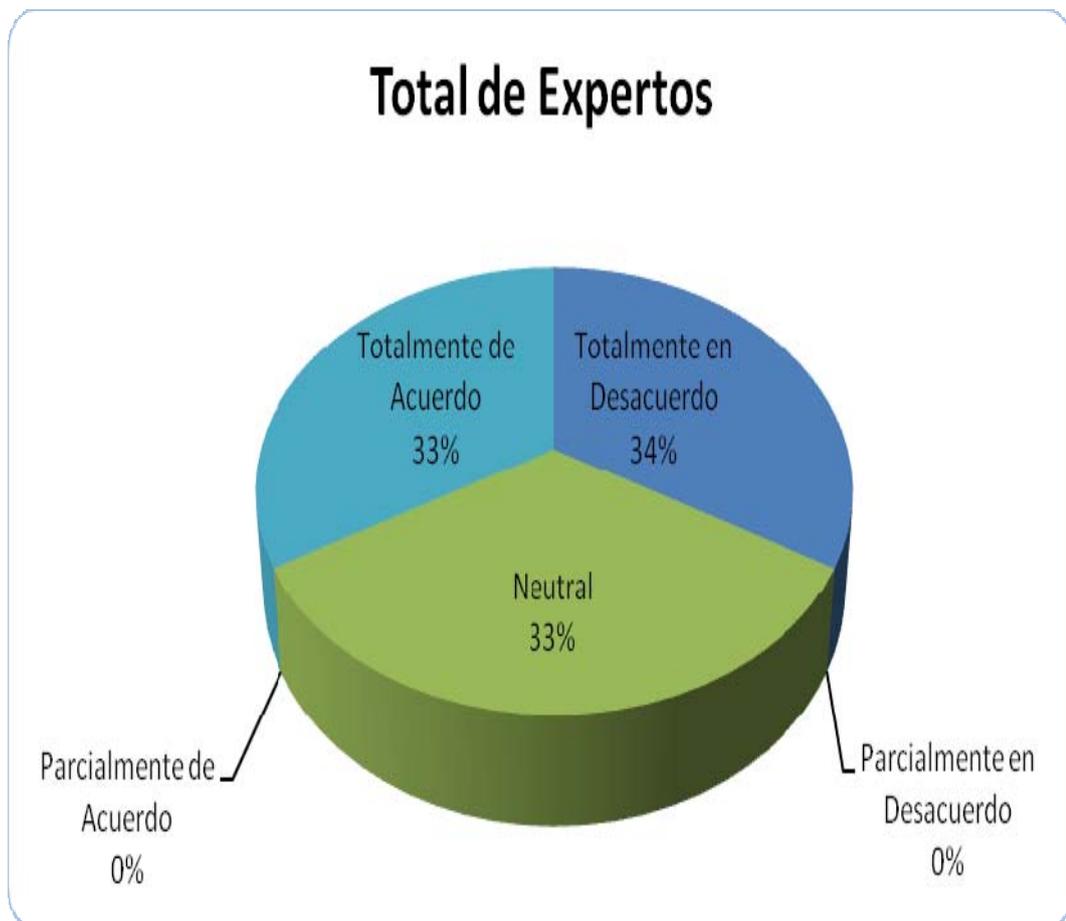


Grafico 15 Respuesta de Expertos en porcentajes
Fuente: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013) CUESTIONARIO Aplicación Método Delphi para el Posicionamiento de la Producción de Mango Orgánico como Producto Principal de Exportación
Elaborado: Ruiz, K., & Zambrano, E., (2013)

En la última pregunta los tres expertos tienen una visualización totalmente diferente el uno del otro en la interrogante la cual se pregunta si el mango orgánico ecuatoriano debería apuntar a otros mercados que no sean, Estados Unidos, Europa y Japón.

A pesar de ser estos los más demandantes a nivel mundial, el primer experto (33%) se mantiene en posición neutra; mientras el segundo experto (34%) se encuentra totalmente de desacuerdo con la interrogante debido a que estas potencias son las que representan la mayor demanda a nivel mundial; y el tercer experto (33%) considera totalmente de acuerdo, ya que según su criterio él estima que hay otros mercados que pueden ser potenciales donde el consumo de estos productos se incrementara y por ende la producción y comercialización del mismo abriendo nuevos mercados para crecer.

Con esto podemos determinar que los exportadores de mango orgánico tienen que enfocarse en los principales demandantes de producto ecológico pero no solo debe centrarse en ese mercado sino expandirse para diversificar sus opciones.

CAPITULO X

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 CONCLUSIÓN

La investigación presentada claramente indica que hay interesantes oportunidades en el mercado mundial con respecto a los productos agrícolas ecológicos, el cual se ha transformado en un sector altamente dinámico y con grandes perspectivas de crecimiento. Se comprobó a través de los resultados obtenidos con la implementación del método Delphi, en la ronda de expertos, las hipótesis que habíamos planteado en relación a nuestra investigación:

- Iniciamos por rechazar la primera hipótesis en la que el mango orgánico no podrá ser considerado como producto principal de exportación en Ecuador.
- Las exportaciones de este producto ecológico alcanzaran un nivel superior en relación con el mango convencional lo cual se verá reflejado en el crecimiento de PIB nacional, y de esta manera aceptamos la segunda hipótesis.
- En relación a la tercera hipótesis se acepta, ya que se puede establecer en un periodo de tiempo comprendido entre 10 y 20 años que el mango orgánico aumentara su producción, lo cual está considerando el rango impuesto en el cuestionario utilizado para realizar la ronda de expertos.
- El impacto económico y social que se generaría en los productores se iniciaría con la diversificación o totalidad de cambio de los cultivos de mango convencional a orgánico, reconociendo a la cuarta hipótesis como verdadera.

- Finalmente, contrariamente al aumento y diversificación del producto, se refuta la quinta hipótesis debido a que a pesar de alcanzar su nivel máximo de exportación, no podrá igualarse a los altos índices de exportación de los productos principales como el banano.

A pesar de que las oportunidades del mercado cambia entre productos y de país a país debido a la tendencia y comportamiento de los consumidores, el ingreso de productores y proveedores de alimentos orgánicos, harán que este nuevo mercado en expansión se convierta en dominante, competitivo y este más orientado al precio.

En conclusión, este proyecto de tesis contribuye con un gran aporte a los campo de estudio investigativos, ya que la información recabada a lo largo de la investigación y los resultados obtenidos a través de las opiniones de expertos en este tema, que involucra tanto agricultura, exportaciones, certificaciones y acuerdos, demuestra que el Ecuador puede diversificar su mercado y aprovechar este sector en el desarrollo interno del país en el futuro.

10.2 RECOMENDACIÓN

Después de haber realizado el presente proyecto y analizados las respuestas de los expertos se puede dar las siguientes recomendaciones

- Una de las recomendaciones más importantes que creemos pertinente mencionar es la falta de información con respecto a este tema aquí en Ecuador, considerando que la producción agrícola ecológica se está

adaptando muy bien en los demás países y la demanda mundial de estos productos va en aumento.

- Tomar en cuenta las oportunidades arancelarias existentes en este mercado son muy atractivas es otra de las recomendaciones, en la cual podemos hacer una mención especial al arancel preferencial que proporciona Estados Unidos con respecto a los alimentos importados por este país, dentro del mismo encontramos que a los productos agrícolas alcanzan un pago arancelario de hasta el 0% para los países miembro de la CAN, dentro del cual se encuentra Ecuador.
- Se recomienda también a las empresas, productores y comercializadores de productos orgánicos, en especial el mango orgánico, que aprovechen este nuevo mercado en auge, para realizar exportaciones a los principales países importadores.
- Es aconsejable que el país genere acuerdos comerciales con los principales países importadores de productos orgánicos con énfasis en los aranceles preferenciales para que manejen porcentajes bajos como los operados por Estados Unidos, para que así los productos orgánicos nuevos como el mango incrementen sus exportaciones o tengan mercados accesibles.
- Con respecto a la metodología utilizada en este proyecto investigativo, se sugiere realizar una segunda ronda con los expertos, para poder comparar el criterio emitido por ellos en las respuestas del primer cuestionario, y así profundizar en las respuestas y conclusiones del presente trabajo al tener mayor información proporcionada por los expertos.

BIBLIOGRAFÍA

Revistas Científicas:

Coordinadora Ecuatoriana de Agroecológica, (2010), Recuperado de:
<http://www.agroecologia.ec/>

Muñoz, A., (2010). Agricultura Orgánica en el Ecuador. AGRYTEC. Recuperado de:
http://www.agrytec.com/agricola/index.php?Itemid=22&catid=34:articulos-tecnicos&id=3578:agricultura-organica-en-el-ecuador&option=com_content&view=article

Andrade, D., & Flores, M. (2008). Consumo de productos orgánicos / agroecológicos en los hogares ecuatorianos. VECOANDINO. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/12688568/Estudio-Consumidores-VECO-Andino>

López, K. (2011). El Mercado de Productos Orgánicos: “Oportunidades de diversificación y diferencias para la oferta exportable costarricense”. PROCOMER. Recuperado de:
<http://pymes.elfinancierocr.com/sites/default/files/Tendencias%20y%20oportunidades%20en%20mercado%20organico.pdf>

IFOAM International Federation of Organic Agriculture Movements. (s.f). Los Principios de la Agricultura Orgánica. Recuperado de:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/pdfs/POA_folder_spanish.pdf

Anónimo. (2008). Agricultura Orgánica en Honduras y Tendencias de Mercados Internacionales para estos Productos. Recuperado de:
<http://www.siciunah.org/art/Agricultura%20Organica%20en%20Honduras.pdf>

Universidad Agraria del Ecuador (2012). Ventajas y Desventajas de la Agricultura Orgánica. El Misionero, 417. Recuperado de:
http://www.elmisionero.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=600%3Aventajas-y-desventajas-de-la-agricultura-organica&catid=388%3Aagropecuarias&Itemid=34

FAO (Food and Agriculture Organization). (2012). La Producción Mundial de Fruta Tropical Alcanzará 82 millones de Toneladas en 2014. Recuperado de:
http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/es/?dyna_fef%5Bbac

kuri%5D=agronoticias/archivo/mensual/es/?mes=201209&dyna_fef%5Buid%5D=15935

Universidad Agraria del Ecuador (2012). Reflexiones sobre la Situación Alimentaria Mundial y la Seguridad Alimentaria en AL y Venezuela. Power Point. Instituto de investigaciones en Economía Agrícola y Desarrollo Rural. Recuperado de:
<http://www.slideshare.net/ACESP/inversion-agricola-ecuador>

PRO-ECUADOR (2012) Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. Boletín de Comercio Exterior. Recuperado de:
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/PROECUADOR_IC_02-15.pdf

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura) (S.F.). Caracterización de la Agricultura Orgánica en Centroamérica S.F. Recuperado de: http://webiica.iica.ac.cr/comuniica/n_17/art.asp?art=6

Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. (2003). La Adopción de la Agricultura Orgánica por parte de los Pequeños Agricultores de América Latina y el Caribe Evaluación Temática. Recuperado de:
http://www.ifad.org/evaluation/public_html/eksyst/doc/thematic/pl/organic_s.pdf

PROMPEX (Comisión para la promoción de Exportaciones) (S.F). El Mercado Mundial de Productos Orgánicos. Recuperado de:
http://www.planeamientoygestion.com.pe/consultoria/images/stories/herramientas/mercado/10_Mercados_productos_organicos%202006.pdf

Anónimo, (S.F). Exportación de Mango Orgánico al mercado de Alemania. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/50606199/130910-trabajo-de-exportacion-de-mango>

Alfaro, R., Castro, V., & Romero, B. (2005). Pronostico Delphi. Universidad de El Salvador. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/pronostico-delphi/pronostico-delphi.pdf>

Astigarraga, E., (S.F). Método Delphi. Universidad de Deusto. Recuperado de:
http://www.prospectiva.eu/zaharra/03_Delphi_ESTE.pdf

Ortega, F., (2008) El método Delphi, Prospectiva en Ciencias Sociales. Recuperado de:
<http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/226/214>

Pozo, M., (2007) El uso del método Delphi en la definición de los criterios para una formación de calidad en animación sociocultural y tiempo libre. Recuperado de: <http://revistas.um.es/rie/article/viewFile/96831/93011>

Ortega, F. 2008. El Método Delphi Prospectiva en Ciencias Sociales a través del Análisis de un caso Práctico. Revista EAN n. 64 p. 31-54. Recuperado de <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/226/214>

Bravo, M & Arrieta, J (s.f.). El Método Delphi. Su implementación en una estrategia didáctica para la Enseñanza de las Demostraciones Geométricas. Revista Iberoamericana de Educación. Recuperado de <http://www.rieoei.org/deloslectores/804Bravo.PDF>

Global University Network for Innovation, 2007. Encuesta Delphi sobre la Acreditación. La Educación Superior en el Mundo 2007 p.p 313 Recuperado de http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/7542/1/20_313-352.pdf

Maruais, J & Sanchez, J. 2012. Aplicación del Método Delphi para Identificar los Factores Claves de Fidelización entre Proveedor y Cliente dentro del sector Eléctrico. Tecnología y Desarrollo. Revista de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Recuperado de <http://www.uax.es/publicacion/aplicacion-del-metodo-delphi--para-identificar-los-factores-clave-de-fidelizacion.pdf>

Pecorelli, A; Ramirez, A; Dubon, A, & Errazuriz, G. 2010. Estadística Aplicada: Escala de Likert y Diferencial Semántico. Universidad Católica de Honduras. Recuperado de <http://www.yimg.com/.../TRABAJO+LIKERT+Y+DIFERENCIAL+SEMANTICA>

Periódicos:

Anónimo. (2012, 30 octubre). Con alza empiezan envíos de mango que van a EEUU. *El Universo*. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2012/10/30/1/1356/alza-empiezan-envios-mango-van-eeuu.html>

Anónimo. (2009, 21 de noviembre). Productos orgánicos con más demanda en Exterior. *El Universo*. Recuperado de:

<http://www.eluniverso.com/2009/09/21/1/1356/productos-organicos-mas-demanda-exterior.html>

Documentos en línea:

Anónimo, (S.F) El cultivo del mango (2da parte). Recuperado de:
http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango2.htm

Kilian, B. (2005, Septiembre)El mercado norteamericano para productos orgánicos & comercio justo. Recuperado de:
http://www.cei.org.ni/images/file/mercado%20norteamericano_productos%20organicos%20&%20comercio%20justo.pdf

FAO/CCI/CTA (2001). Los mercados mundiales de frutas y verduras orgánicas, Japón. Recuperado de:
<http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0b.htm>

Blasco, J., López, A., Mengual, S., (2010) VALIDACIÓN MEDIANTE MÉTODO DELPHI DE UN CUESTIONARIO PARA CONOCER LAS EXPERIENCIAS E INTERÉS HACIA LAS ACTIVIDADES ACUÁTICAS CON ESPECIAL ATENCIÓN AL WINDSURF. Recuperado de:
http://www5.uva.es/agora/revista/12_1/agora_12_1d_blasco_et_al.pdf

Gomes, A. 2005. Planificación de la Encuesta Delphi. Taller sobre Prospectiva de Cadenas Productivas. Colciencias. Recuperado de
http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/taller_prospectiva%20%20t%C3%A9cnica%20delphi_7.pdf

Astigarrá, E. (s.f.). El Método Delphi. Universidad de Deusto. Recuperado de
http://www.unalmed.edu.co/~poboyca/documentos/documentos1/documentosJuan%20Diego/Plnaifi_Cuencas_Pregrado/Sept_29/Metodo_delp hi.pdf

Izquierdo, C; Pascual, B; Romero, A; & Gómez, V, (s.f.). El Método Delphi. Power Point. Recuperado de
<http://es.scribd.com/doc/92133882/Del-Phi>

Artículos:

Zurita, M. & Westreicher, G. (2012) Mango orgánico ingresaría a Japón. Recuperado de: <http://www.agraria.pe/noticias/mango-organico-ingresaria-japon>

Ramirez., J & Sáinz, R.(2006) Manejo de Pos cosecha sustentable del Mango.
Recuperado de:
<http://www.agrobiologica.com/template2/noticias.htm?process=d%B4%C4%BF%BD%7FVe%5E>

Naturland, V. (2000) Agricultura orgánica en el trópico y subtropical.
Recuperado de:
http://www.naturland.de/fileadmin/MDB/documents/Publication/Espanol/ayu_2005.pdf

Cabrera, MA. (2005). Recuperado de:
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%20TESIS.pdf>

Krigsold, M. (2006). Evaluación rápida de tendencias de los mercados de mangos: orgánicos y gourmet. Recuperado de:
<http://cnc.gov.do/cnc/wp-content/uploads/2009/04/evaluacion-rapida-de-tendencias-de-los-mercados-de-mangos-organicos-y-gourmet.pdf>

Morález, A.(2006). El método Delphi. GestioPolis. Recuperado de
<http://www.gestiopolis.com/canales6/eco/metodo-delphi-estadistica-de-investigacion-cientifica.htm>

Varela, M; Díaz, L & García, R. 2012. Descripción y usos del método Delphi en investigaciones del área de la salud. El Sevier. Recuperado de
<http://www.elsevier.es/es/revistas/revista-investigacion-educacion-medica-343/descripcion-usos-metodo-delphi-investigaciones-area-salud-90122899-metodologia-investigacion-educacion-medica-2012>

Tesis

Saez, A, Martínez, J, García, S, Hernández, A, Martínez, J (S.F).
ACERCANDO POSTURAS SOBRE EL DESCUENTO AMBIENTAL:
RESULTADOS PRELIMINARES DE UN SONDEO DELPHI A
EXPERTOS EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL. Recuperado de:
http://www.uibcongres.org/imgdb/archivo_dpo4372.pdf

Landauer, H. & CORPEI, (S.F). Productos provenientes de cultivos orgánicos en el Ecuador. Certificación, mercados y promoción. Recuperado de:
<http://www.biblioteca.org.ar/libros/88786.pdf>

- Boza S, (2011). La agricultura ecológica como parte de la estrategia de desarrollo rural sostenible en Andalucía. Recuperado de:
http://centrodeestudiosandaluces.es/datos/factoriaideas/IF005_11.pdf
- Ministerio de Coordinación de la Política Económica, (S.F) Recuperado de:
Es.slideshare.net/MINCPE/atpdeasgpfinal.
- Anónimo, (2011) Office of the United States Trade. GSP and ATPA: Critical to the United States Representative. Recuperado de
<http://www.ustr.gov/about-us/press-office/fact-sheets/2011/gsp-and-atpa-critical-united-states>
- Anónimo, (2011). Ministry of Foreign Affairs of Japon (MOFA) BENEFICIARIES OF JAPAN'S GSP. Recuperado de:
<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/benef.pdf>
- Anónimo, (2013) U.S. Department of Agriculture (USDA). 2013. List of USDA-Authorized Organic Certifying Agents by Countries of Operation. P.P 46.
 RECUPERADO DE
<http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5100384>
- Willer, H. & Kilcher, L. (2011). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2011. IFOAM, Bonn, & FiBL. Recuperado de
<http://www.ambienteterritorio.coldiretti.it/tematiche/Ogm/Documents/world-of-organic-agriculture-2011-page-1-34.pdf>
- Rincón, S. (2007). EXPORTACIÓN DE FRUTA FRESCA ORGÁNICA EN CHILE: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS. Escuela de Ciencias Agropecuarias y ambientales FESAD. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Recuperado de
http://virtual.uptc.edu.co/drupal/files/017_exportacion_fruta_chile.pdf
- Amaluisa, K, Vega, D, Larrea, M, Viera, J. (2011). Guía como exportar a Estados Unidos. Dirección de Inteligencia comercial e Inversión. Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-GCE2011-EEUU.pdf>
- Pinto, R. (2002). Estudio de mercado de productos orgánicos bolivianos. Departamento de Promoción Económica. La Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Recuperado de

[http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/cb5344cb18a6b38903256aa700685717/23bfe1363c77803103256bce005cd260/\\$file/6-02.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/cb5344cb18a6b38903256aa700685717/23bfe1363c77803103256bce005cd260/$file/6-02.pdf)

Oficina Comercial del Ecuador en Japón, (2010). Guía comercial de Japón. Unidad de inteligencia comercial. Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. Recuperado de www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-JAPON.pdf

International Trade Commission of the United States, (S.F). Harmonized Tariff Schedule of the United States. Recuperado de <http://www.usitc.gov/tata/hts/>

United Nations Conference on Trade And Development, (2011). Generalized System Of Preferences: List Of Beneficiaries. Recuperado de http://unctad.org/en/Docs/itcdtsbmisc62rev5_en.pdf

Departamento de Promoción Económica, (2002). La ley de preferencias arancelarias andinas y el comercio bilateral de Bolivia y Ecuador con los Estados Unidos. La Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) Recuperado de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/cb5344cb18a6b38903256aa700685717/8e86b773bc56bc8503256b7d004fb6a9/\\$FILE/2-02.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/cb5344cb18a6b38903256aa700685717/8e86b773bc56bc8503256b7d004fb6a9/$FILE/2-02.pdf)

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, (2012). Ficha comercial de Japón. Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/PROEC-FC2012-JAPON.pdf>

Eljuri, J, (2010). Guía Comercial de Suecia. Oficina comercial en Suecia. Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/05/PROEC-GC2010-SUECIA.pdf>

Villamar, A, (2011). Guía Comercial de Alemania. Oficina Comercial en Alemania. Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/05/PROEC-GC2010-ALEMANIA.pdf>

Punte, J, (2011). Guía Comercial de España. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. Instituto de promoción de exportaciones e

inversiones PROECUADOR. Recuperado de
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/PROEC-GC2011-ESPANA.pdf>

Anónimo, (2013). Estudio Estadístico de las Relaciones Comerciales y de Inversiones entre la unión europea y ecuador. Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR. Recuperado de
<http://www.slideshare.net/FEDEXPOR/estudio-estadstico-de-las-relaciones-comerciales-y-de-inversión-entre-ecuador-y-la-unión-europa>

Anónimo, (S.F). Information On Countries And Products Eligible For Gsp And On Procedures For Modifying The Gsp Program. Recuperado de
http://www.ustr.gov/sites/default/files/uploads/gsp/asset_upload_file5_14711.pdf

Comunidad Andina secretaria General, (2008). La Ley De Promoción Comercial Andina Y Erradicación De Drogas: Impacto Económico En Los Estados Unidos Y Los Países Andinos. Recuperado de
intranet.comunidadandina.org/Documentos/.../SGdi895.doc

Consejo de la Unión Europea, (2007). Reglamento (CE) N.- 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (cee) n.- 2092/91. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:189:0001:0023:ES:PDF>

La Comisión de las Comunidades Europeas, (2008). REGLAMENTO (CE) n.- 889/2008 DE LA COMISIÓN por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n.- 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:250:0001:0084:ES:PDF>

Mallo, P; Artola, M; Galante, M; Martínez, D; Pascal, M; &Morettini, M. (s.f). Aplicación del método Delphi a las Decisiones Financieras en Situaciones de Incertidumbre. Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/913/1/00179.pdf>

Almansa, C; Martínez, J.M; García, S; Hernández, A & Martínez, J. Acercando Posturas sobre el Descuento Ambiental: Resultados Preliminares de un Sondeo Delphi a Expertos en el Ámbito Internacional. III Congreso de la

Asociación Hispano – Portuguesa de Economía de los Recursos Naturales y Ambientales. Recuperado de:
http://www.uibcongres.org/imgdb/archivo_dpo4372.pdf

Blasco, J; López, A & Mengual, S. 2010. Validación Mediante Método Delphi de un Cuestionario para Conocer las Experiencias e Interés hacia las Actividades Acuáticas con Especial Atención al Windsurf. AGORA para la educación física y el deporte. Recuperado de http://www5.uva.es/agora/revista/12_1/agora_12_1d_blasco_et_al.pdf

Martínez, E. 2003. La Técnica Delphi como Estrategia de Consulta a los Implicados en la Evaluación de programas. Universidad de Santiago. Recuperado de <http://www.doredin.mec.es/documentos/007200430177.pdf>

Vitale, J. s.f. Método Delphi. Programa de Relevamiento. Universidad Nacional de Cuyo. Recuperado de <http://www.vinculacion.uncu.edu.ar/upload/relevamiento-dephi-6.pdf>

Igarza, R. 2008. Método Delphi: Apuntes para una implementación exitosa. Universidad Austral. Recuperado de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=casos%20de%20aplicacion%20del%20metodo%20delphi&source=web&cd=20&cad=rja&ved=0CGMQFjAJOAo&url=http%3A%2F%2Frobertoigarza.files.wordpress.com%2F2008%2F10%2Fmetodo-delphi-f.doc&ei=hphsUfXPFJSe9QTrqoGgCw&usq=AFQjCNHLhV_K_hX6M3pjJnAaqVipDiJZOW

Páginas electrónicas

Anónimo, (S.F) European food safety authority (efsa). European commission. Recuperado de <http://www.efsa.europa.eu/>

Anónimo, (S.F). Executive agency for health and consumers. European commission. Recuperado de <http://ec.europa.eu/eahc/>

Anónimo, (S.F). Europa. Síntesis de la legislación de la UE. Recuperado de http://europa.eu/legislation_summaries/customs/index_es.htm

Itc International trade center (S.F) Recuperado de www.intracen.org

IFOAM international federation of organic agriculture movements (S.F)
Recuperado de www.ifoam.org

Ministry of Foreign Affairs of Japon (MOFA). (S.F) Recuperado de
<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/explain.html>

Anónimo, (S.F). Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. Recuperado de
<http://www.maff.go.jp/e/>

Anónimo, (S.F). Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón. Recuperado
de <http://www.mhlw.go.jp/english/>

Anónimo, (S.F). U.S. Department of Agriculture (USDA). Recuperado de
www.usda.gov

Anónimo, (S.F). National Organic Program (NOP). www.nop.gov

Anónimo, (S.F). United States Environmental Protection Agency (EPA).
<http://www.epa.gov/>

Anónimo, (S.F). U.S. Department of the Treasury.
<http://www.treasury.gov/Pages/default.aspx>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Pro Ecuador. (S.F)
Certificación Fitosanitaria. Recuperado de
<http://www.proecuador.gob.ec/faq/certificados-sanitarios/>

Anónimo, (S.F). Japan Customs. <http://www.customs.go.jp/english/>

ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO APLICACIÓN MÉTODO DELPHI PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE MANGO ORGÁNICO COMO PRODUCTO PRINCIPAL DE EXPORTACIÓN

En el siguiente cuestionario encontrara preguntas relacionadas con el tema de la Producción Orgánica a nivel mundial, específicamente el Mango Orgánico y su expectativa con respecto a la producción en Ecuador.

Se le recuerda al experto que la escala es 1 (totalmente desacuerdos) y 5 (totalmente de acuerdo), con 3 (indicando una posición neutral).

	RESULTADO				
	1	2	3	4	5
1.- Un aumento en las exportaciones de productos orgánicos generaría un impacto económico que beneficiaría al país?					
2.- Cree usted que los pequeños y medianos agricultores se beneficiarían con el incremento de las exportaciones de cultivos orgánicos?					
3.- Una diversificación en el mercado agrícola (convencional y ecológico) podrá verse en 10 años reflejado en el PIB de Ecuador?					
4.- Es posible que el Ecuador vea en la agricultura orgánica un medio de desarrollo económico?					
5.- Es posible que el mango orgánico aumente sus exportaciones en los próximos años?					
6.- Cree usted que el mango orgánico tiene posibilidades de convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador?					
7.- Si aumenta las exportaciones de mango orgánico en los próximos años, usted piensa que también podría aumentar el número de empresas exportadoras de este producto?					
8.- Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano tendría dificultades para aumentar las exportaciones a los principales mercados importadores?					

9.- De acuerdo a su criterio y a las investigación presentada cree usted que el mango orgánico llegara a ser considerado un producto principal de exportación en los siguientes años: (escoja el rango que considere el más cercano)					
01 – 05 años					
05 – 10 años					
10 – 15 años					
15 – 20 años					
20 años en adelante					
10.- Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano debería apuntar a otros mercados que no sean, Estados Unidos, Europa y Japón; a pesar de ser estos los que más demandantes a nivel mundial?					

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO.

COMENTARIO ADICIONAL:

ANEXO 2

CUESTIONARIO APLICACIÓN MÉTODO DELPHI PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE MANGO ORGÁNICO COMO PRODUCTO PRINCIPAL DE EXPORTACIÓN

En el siguiente cuestionario encontrara preguntas relacionadas con el tema de la Producción Orgánica a nivel mundial, específicamente el Mango Orgánico y su expectativa con respecto a la producción en Ecuador.

Se le recuerda al experto que la escala es: 1 (totalmente desacuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo), y el 3 (indicando una posición neutral)

	RESULTADO				
	1	2	3	4	5
1.- Un aumento en las exportaciones de productos orgánicos generaría un impacto económico que beneficiaría al país?					X
2.- Cree usted que los pequeños y medianos agricultores se beneficiarían con el incremento de las exportaciones de cultivos orgánicos?				x	
3.- Una diversificación en el mercado agrícola (convencional y ecológico) podrá verse en 10 años reflejado en el PIB de Ecuador?				x	
4.- Es posible que el Ecuador vea en la agricultura orgánica un medio de desarrollo económico?				x	
5.- Es posible que el mango orgánico aumente sus exportaciones en los próximos años?			x		
6.- Cree usted que el mango orgánico tiene posibilidades de convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador?	x				
7.- Si aumenta las exportaciones de mango orgánico en los próximos años, usted piensa que también podría aumentar el número de empresas exportadoras de este producto?			x		

8.- Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano tendría dificultades para aumentar las exportaciones a los principales mercados importadores?			x		
9.- De acuerdo a su criterio y a las investigación presentada cree usted que el mango orgánico llegara a ser considerado un producto principal de exportación en los siguientes años: (escoja el rango que considere el más cercano)					
01 – 05 años					
05 – 10 años					
10 – 15 años					
15 – 20 años					
20 años en adelante			x		
10.-Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano debería apuntar a otros mercados que no sean, Estados Unidos, Europa y Japón; a pesar de ser estos los que más demandantes a nivel mundial?	x				

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO.

COMENTARIO ADICIONAL:

Los cultivos de mango en Ecuador cada vez tiene mas competencia de parte de Peru y Brasil, por las ventanas de producción en esos países con el nuestro y por los costos de ellos son mas baratos que los nuestros

ANEXO 3

CUESTIONARIO APLICACIÓN MÉTODO DELPHI PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE MANGO ORGÁNICO COMO PRODUCTO PRINCIPAL DE EXPORTACIÓN

En el siguiente cuestionario encontrara preguntas relacionadas con el tema de la Producción Orgánica a nivel mundial, específicamente el Mango Orgánico y su expectativa con respecto a la producción en Ecuador.

Se le recuerda al experto que la escala es: 1 (totalmente desacuerdos) y 5 (totalmente de acuerdo), y el 3 (indicando una posición neutral)

	RESULTADO				
	1	2	3	4	5
1.- Un aumento en las exportaciones de productos orgánicos generaría un impacto económico que beneficiaría al país?					X
2.- Cree usted que los pequeños y medianos agricultores se beneficiarían con el incremento de las exportaciones de cultivos orgánicos?					x
3.- Una diversificación en el mercado agrícola (convencional y ecológico) podrá verse en 10 años reflejado en el PIB de Ecuador?			x		
4.- Es posible que el Ecuador vea en la agricultura orgánica un medio de desarrollo económico?				x	
5.- Es posible que el mango orgánico aumente sus exportaciones en los próximos años?				x	
6.- Cree usted que el mango orgánico tiene posibilidades de convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador?					X
7.- Si aumenta las exportaciones de mango orgánico en los próximos años, usted piensa que también podría aumentar el número de empresas exportadoras de este producto?					x

8.- Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano tendría dificultades para aumentar las exportaciones a los principales mercados importadores?			x		
9.- De acuerdo a su criterio y a las investigación presentada cree usted que el mango orgánico llegara a ser considerado un producto principal de exportación en los siguientes años: (escoja el rango que considere el más cercano)					
01 – 05 años					
05 – 10 años					
10 – 15 años					x
15 – 20 años					
20 años en adelante					
10.-Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano debería apuntar a otros mercados que no sean, Estados Unidos, Europa y Japón; a pesar de ser estos los que más demandantes a nivel mundial?					x

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO.

COMENTARIO ADICIONAL:

La agricultura orgánica beneficia al consumidor por que se consume alimentos que no contienen trazabilidad de agroquímicos lo cual es más probable que se de un aumento significativo en el consumismo masivo a nivel mundial

ANEXO 4

CUESTIONARIO APLICACIÓN MÉTODO DELPHI PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE MANGO ORGÁNICO COMO PRODUCTO PRINCIPAL DE EXPORTACIÓN

En el siguiente cuestionario encontrara preguntas relacionadas con el tema de la Producción Orgánica a nivel mundial, específicamente el Mango Orgánico y su expectativa con respecto a la producción en Ecuador.

Se le recuerda al experto que la escala es 1 (totalmente desacuerdos) y 5 (totalmente de acuerdo), con 3 (indicando una posición neutral).

	RESULTADO				
	1	2	3	4	5
1.- Un aumento en las exportaciones de productos orgánicos generaría un impacto económico que beneficiaría al país?					x
2.- Cree usted que los pequeños y medianos agricultores se beneficiarían con el incremento de las exportaciones de cultivos orgánicos?					x
3.- Una diversificación en el mercado agrícola (convencional y ecológico) podrá verse en 10 años reflejado en el PIB de Ecuador?			x		
4.- Es posible que el Ecuador vea en la agricultura orgánica un medio de desarrollo económico?			x		
5.- Es posible que el mango orgánico aumente sus exportaciones en los próximos años?	x				
6.- Cree usted que el mango orgánico tiene posibilidades de convertirse en un producto principal de exportación en Ecuador?	x				
7.- Si aumenta las exportaciones de mango orgánico en los próximos años, usted piensa que también podría aumentar el número de empresas exportadoras de este producto?			x		

8.- Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano tendría dificultades para aumentar las exportaciones a los principales mercados importadores?			x		
9.- De acuerdo a su criterio y a las investigación presentada cree usted que el mango orgánico llegara a ser considerado un producto principal de exportación en los siguientes años: (escoja el rango que considere el más cercano)					
01 – 05 años					
05 – 10 años					
10 – 15 años					
15 – 20 años			x		
20 años en adelante					
10.-Cree usted que el mango orgánico ecuatoriano debería apuntar a otros mercados que no sean, Estados Unidos, Europa y Japón; a pesar de ser estos los que más demandantes a nivel mundial?			x		

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO.

COMENTARIO ADICIONAL:

El mango se cultiva principalmente en la provincia del guayas, con una superficie aproximada de unos 7700 ha registradas en plena producción dentro del gremio, y de las cuales, 6500 aproximadamente están dedicadas a exportación. Las restantes, se dedican a otros mercados, (local, pacto andino) o a la elaboración de jugos y concentrado de mango.

No tengo el dato de area de fincas de mango orgánico, pero es muy poco la mayoría son convencionales que utilizan insumos químicos, este dato que le doy es solo mango convencional. a futuro quizás de resultado, pero por el momento no lo hacen ya que el mango requiere muchos cuidados.