



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:**

**Ingeniero en Comercio Exterior con Mención Negocios  
Internacionales**

**TEMA:**

**APLICACIÓN DE LAS TICs PARA AGILIZAR LOS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA  
EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ,  
EN LA ZONA DE NARANJAL,  
EN EL AÑO 2017**

**AUTORA:**

**CARISA DYER RIVAS**

**TUTOR:**

**HERNÁN ZUÑIGA MUÑOZ**

**JULIO, 2016**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

## **Renuncia Derechos de Autor**

Por medio de la presente certifico que todos los contenidos desarrollados en este proyecto de investigación son de mi absoluta propiedad y responsabilidad de:

**CARISA DYER RIVAS**

**TEMA:**

**APLICACIÓN DE LAS TICs PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ, EN LA ZONA DE NARANJAL, EN EL AÑO 2017**

Derechos a los que renuncio a favor Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG) puede hacer uso del presente trabajo de titulación como bien convenga:

---

**CARISA DYER RIVAS**

## **Dedicatoria**

A DIOS por ser mi fortaleza

A MIS PADRES por su ejemplo y apoyo constante

A MIS HIJOS mi fuente de inspiración para ser cada día mejor

A MI ESPOSO por la comprensión y apoyo a que culmine mi carrera profesional

---

CARISA DYER RIVAS

## **Agradecimiento**

Agradezco a:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL, por recibirme en sus aulas.

A LOS DOCENTES que de una u otra manera contribuyeron a que este logro sea una realidad.

A MIS COMPAÑEROS por la amistad

A MI TUTOR por la paciencia en cada corrección

---

CARISA DYER RIVAS

## Índice de Contenido

|  |      |
|--|------|
| Renuncia Derechos de Autor.....  | ii   |
| Dedicatoria.....   | iii  |
| Agradecimiento .....   | iv   |
| Índice de Contenido .....  | v    |
| Índice de Tablas.....  | vii  |
| Índice de figuras.....   | viii |
| Resumen .....  | ix   |
| Abstrac .....  | x    |
| Planteamiento del Problema.....  | 3    |
| Formulación .....  | 4    |
| Sistematización del Problema .....   | 4    |
| Objetivos de la Investigación .....  | 5    |
| Objetivo General .....   | 5    |
| Objetivos Específicos .....  | 5    |
| Justificación .....  | 5    |
| Delimitación: .....  | 6    |
| Variables.....   | 7    |
| Capítulo I .....   | 8    |
| Marco Teórico .....  | 8    |
| 1.1 Introducción y Antecedentes a la Investigación.....  | 8    |
| 1.2 Las telecomunicaciones y el comercio globalizado .....   | 9    |
| 1.2.1 Desarrollo de las telecomunicaciones en el Ecuador.....                                      | 10   |
| 1.3 Oportunidades de negocios en el mercado internacional .....                                    | 14   |
| 1.4 El consumo de maracuyá en el mundo .....   | 15   |
| 1.5 La maracuyá en el mundo y su relación con las exportaciones No tradicionales del Ecuador ..... | 19   |
| 1.6 Balanza Comercial en el Ecuador (2016).....  | 20   |
| 1.7 Producción de maracuyá en el Ecuador.....  | 22   |
| 1.8 Composición química del producto maracuyá.....   | 24   |
| 1.9 Productores de la maracuyá en el sector de Naranjal - Ecuador .....                            | 25   |
| 1.10 Exportación del maracuyá en el Ecuador .....  | 27   |
| 1.11 Requerimientos del mercado internacional en calidad y madurez del producto maracuyá.....      | 28   |
| 1.12 Uso de las TICs en los pequeños negocios agrícolas ecuatorianos.....                          | 29   |
| 1.13 Marco Legal .....   | 31   |
| 1.14 Operacionalización de las variables.....  | 32   |

|  |    |
|--|----|
| Capítulo II .....  | 33 |
| Metodología de la investigación.....                                 | 33 |
| 2.1 Diseño de la Investigación .....                                 | 33 |
| 2.2 Métodos de la investigación.....                                 | 34 |
| 2.3 Metodología de la investigación.....                             | 34 |
| 2.4 Técnicas utilizadas en la investigación.....                     | 35 |
| 2.5 Instrumentos de la Investigación.....                            | 35 |
| 2.6 Población .....  | 36 |
| 2.7 Muestra.....   | 36 |
| 2.8 Selección de la muestra se basó en: .....                        | 37 |
| Análisis de los resultados en la encuesta .....                      | 38 |
| Resultados y Discusión de la investigación.....                      | 47 |
| Capitulo III.....  | 48 |
| Propuesta .....  | 48 |
| 3.1 Antecedentes .....   | 48 |
| 3.2 Justificación.....   | 49 |
| 3.3 Objetivo General de la propuesta .....                           | 49 |
| 3.4 Objetivos Específicos de la propuesta .....                      | 50 |
| 3.5 Misión de la propuesta .....                                     | 50 |
| 3.6 Visión de la propuesta .....                                     | 50 |
| 3.7 Valores corporativos de la propuesta.....                        | 50 |
| 3.8 Oportunidad de negocio FODA.....                                 | 51 |
| 3.9 Utilización de las TICs para la información.....                 | 51 |
| 3.10 Contenido de la capacitación.....                               | 53 |
| De las preferencias hacia la calidad de productos para exportar..... | 55 |
| Políticas establecidas para la exportación .....                     | 61 |
| Conclusiones .....   | 66 |
| Recomendaciones .....  | 67 |
| Bibliografía.....  | 68 |
| Anexo A Superficie plantada de maracuyá .....                        | 71 |
| Anexo B Documentos en la web para vender el producto maracuyá.....   | 72 |
| Anexo C Encuesta .....   | 74 |
| Anexo D Fotografías .....  | 75 |

## Índice de Tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Producción de maracuyá .....                                | 22 |
| Tabla 2 Ficha técnica.....  | 24 |
| Tabla 3: Frutas tropicales según su producción de etileno. ....     | 28 |
| Tabla 4: Frutas tropicales según su producción de etileno. ....     | 28 |
| Tabla 5: Operacionalización de las variables.....                   | 32 |
| Tabla 6: Población .....  | 36 |
| Tabla 7: TICs con el apoyo a la expansión de negocios .....         | 38 |
| Tabla 8: Las TICs en el desarrollo de las exportaciones .....       | 39 |
| Tabla 9: Situación actual de las exportaciones de maracuyá .....    | 40 |
| Tabla 10: Producción de maracuyá en el cantón Naranjal.....         | 41 |
| Tabla 11: Requerimiento en el mercado internacional .....           | 42 |
| Tabla 12: Las relaciones comerciales utilizando las TICs.....       | 43 |
| Tabla 13: Estrategias globales en los negocios internacionales..... | 44 |
| Tabla 14: Aporte de la tecnología a la comercialización .....       | 45 |
| Tabla 15: Ventajas de las telecomunicaciones en los negocios .....  | 46 |

## Índice de figuras

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 Participación de líneas móviles.....                       | 11 |
| Figura 2 Uso de internet móvil .....                                | 12 |
| Figura 3 Producción de maracuyá en el mundo.....                    | 16 |
| Figura 4 Exportaciones al mundo .....                               | 21 |
| Figura 5 Evolución de las exportaciones 2007 -- 2016 .....          | 21 |
| Figura 6 Total de producción de maracuyá en %.....                  | 22 |
| Figura 7 TICs con el apoyo a la expansión de negocios.....          | 38 |
| Figura 8 Las TICs en el desarrollo de las exportaciones .....       | 39 |
| Figura 9 Situación actual de las exportaciones de maracuyá .....    | 40 |
| Figura 10 Producción de maracuyá en el cantón Naranjal .....        | 41 |
| Figura 11 Requerimiento en el mercado internacional.....            | 42 |
| Figura 12 Las relaciones comerciales utilizando las TICs.....       | 43 |
| Figura 13 Estrategias globales en los negocios internacionales..... | 44 |
| Figura 14 Aporte de la tecnología a la comercialización .....       | 45 |
| Figura 15 Ventajas de las telecomunicaciones en los negocios .....  | 46 |
| Figura 16 FODA .....  | 52 |

## Resumen

El trabajo de titulación “Aplicación de las TICs para agilizar los negocios internacionales en la exportación de maracuyá, en la zona de Naranjal, en el año 2017”, genera la posibilidad de integrar un grupo de agricultores al uso de las telecomunicaciones en la comercialización de los productos que cultivan. El avance del internet, uso de telefonía móvil y redes sociales le permiten acortar distancia y concretar negocios con grandes empresas exportadoras lo que incide directamente en eliminar los intermediarios y mejorar el costo del producto. La metodología utilizada se basó en los objetivos: Establecer las oportunidades en el mercado internacional para la exportación de la producción de maracuyá, mediante la utilización de las TICs en los procesos de negociación. Cada objetivo formó parte del cuestionario aplicado en forma directa a los agricultores, cuyos resultados determinó que el 84% de los agricultores no conoce la forma de iniciar negocios, ni la manera de comercializar el producto con empresas extranjeras que puedan pagar un mejor precio por sus productos. La propuesta “Plan de mejora para agilizar los negocios internacionales en la exportación de maracuyá producido por los agricultores del cantón Naranjal” se justificó y expuso que las telecomunicaciones forman parte importante en la vida cotidiana de los ecuatorianos por lo que cada día el nivel de impacto es mayor, lo que genera ventajas en la comunicación eficaz y eficiente de quienes lo utilizan en forma adecuada. La exploración permitió establecer las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigativo, con bibliografía y anexos.

Palabras Clave: Telecomunicaciones - Negocios Internacionales –  
Exportación de maracuyá

## **Abstrac**

The titling work "Application of ICTs to streamline international business in the export of passion fruit, in the area of Naranjal, in the year 2017", generates the possibility of integrating a group of farmers to the use of telecommunications in the marketing of The products they grow. The internet advance the mobile cellphones and social networks allow it to shorten distance and to establish business with large exporting companies, which directly affects eliminating intermediaries and improving the cost of the product. The methodology used was based on the objectives: To establish opportunities in the international market for the export of passion fruit production, through the use of ICTs in the negotiation processes. Each objective was part of the questionnaire applied directly to farmers, whose results determined that 84% of farmers do not know how to start businesses, nor how to market the product with foreign companies that can pay a better price for their products. The proposal "Improvement Plan to streamline international business in the export of passion fruit produced by the farmers of the canton Naranjal" was justified and exposed that telecommunications are an important part in the daily life of the Ecuadorians so every day the level of impact is greater, which generates advantages in the effective and efficient communication of those who use it in an appropriate way. The exploration allowed to establish the conclusions and recommendations of the investigative work, with bibliography and annexes.

Keywords: Telecommunications - International Business - Export of  
passion fruit

## Introducción

El siglo XX trajo consigo el desarrollo de la tecnología, los primeros equipos de computación y la internet que incidió en cambios positivos en el mundo de las comunicaciones, con beneficios directos en los negocios, los mismos que fluyeron con rapidez, eficiencia y eficacia, al ofrecer información interactiva con imágenes, movimientos, sonidos y representaciones de contenidos. Si bien antes se debía viajar para conocer a los clientes con el impulso del internet estos quedaron a un lado y los primeros contactos comenzaron a evolucionar. Un correo electrónico iniciaba las conversaciones con una rapidez inusual en ese entonces, esto involucró al usuario en la utilización de la Tecnología de Información y Comunicación (TICs).

La expansión de los negocios internacionales de las empresas nacionales en el Ecuador, permitió el desarrollo de organizaciones en sistemas informáticos utilizando las telecomunicaciones como fuente primaria de conexión, siempre con la finalidad contar con la negociación por medio de la internet, lo que influyó en los empresarios para que dejen de lado la forma tradicional de comunicarse con los clientes, si bien es una ventaja, lo negativo es la pérdida del contacto personal que poco a poco se vencen con el uso de los vídeos - conferencias que acercan poco a poco la comunicación, aunque existen barreras culturales, tecnológicas, geográficas y hasta de lenguaje que dificultan los negocios y la comunicación en general.

El uso de las TICs está íntimamente relacionado a la tecnología y los nuevos retos de enseñanza – aprendizaje, con la finalidad de eliminar las barreras comunicacionales y asumir una comunicación diferente a lo que se utilizaba tradicionalmente. En el mundo de los negocios los empresarios mayores de 50 años empiezan a involucrarse con estas nuevas formas de

comunicación y reconocen que el uso de las TICs puede llegar a beneficiar a las empresas que representan. Hoy se percibe que la evolución ha llegado con el uso de aparatos electrónicos modernos, teléfonos inteligentes, uso de tablets, computadoras portátiles, agendas electrónicas y los enlaces comunicacionales instantáneos a través del uso de herramientas como el skipe y las diferentes formas de video conferencias.

Actualmente se evidencia que las TICs enfocan su uso a las actividades laborales, estudios y comunicaciones familiares, es decir que integran un todo. En los negocios de exportación, la comunicación con otros países es vital para desarrollar procesos de comercialización, por lo tanto, el uso de las TICs se hace necesario, especialmente en la apertura de mercados.

La presente propuesta investigativa involucra a las TICs como herramienta necesaria para hacer negocios de exportación. En el caso de la maracuyá, fruta de gran aceptación a nivel mundial se requiere un enfoque digital para mantener informados a los clientes, el objetivo es innovar las formas de hacer negocio de manera rápida y eficiente.

El trabajo de titulación consta de tres capítulos:

Capítulo I: Marco Teórico de la investigación se presentan los antecedentes del problema que se investiga, los fundamentos teóricos, la identificación y la conceptualización de los términos básicos y variables y la operacionalización de las variables.

Capítulo II: Aspectos Metodológicos de la investigación, en este apartado se incluye el tipo de investigación, el universo, la muestra e instrumentos de la investigación.

Capítulo III: Constan las Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y anexos.

## **Planteamiento del Problema**

La evolución tecnológica y los objetivos de globalización mundial van de la mano para obtener un desarrollo sostenido en las empresas nacionales que tienen aspiraciones de expandir sus mercados a otros países, con propuestas que generen la satisfacción de los clientes. En el Ecuador las grandes y medianas compañías han transformado las formas de hacer negocio, sin embargo las pequeñas empresas y los negocios de emprendimiento, incluyendo las asociaciones le dan poca importancia a la aplicación de las Tecnología de Información y Comunicación (TICs) para agilizar los negocios internacionales y por ende la exportación de sus productos.

En la zona de Naranjal se desarrolla el cultivo de maracuyá, existiendo varios proyectos que incentivan la exportación del producto, pero los agricultores de la zona desconocen de las herramientas tecnológicas de la comunicación que les permitiría hacer negocios directamente con mercados interesados en la compra de los productos que cultivan. El mayor problema se evidencia en la escasa utilización del lenguaje digital como las computadoras, teléfonos celulares inteligentes, tablets que hacen uso de la internet como enlace para el acceso a las redes sociales, mensaje de texto, sms, e - mails que permiten la comunicación con empresarios de otros países.

Otro de los problemas es la falta de asociatividad para la comercialización de la maracuyá, sumando al desconocimiento del manejo de la información para iniciar la exportación de los productos con la utilización de las TICs en el proceso de negociación con países europeos y asiáticos. El presente estudio tiene como finalidad el desarrollo de una propuesta que les permita a los agricultores conocer la forma directa de vender su producto en mercados internacionales.

## Formulación

¿La aplicación de TICs establecerá las oportunidades en el desarrollo de los negocios internacionales para la exportación de la producción de maracuyá, en el año 2017?

## Sistematización del Problema

1. ¿De qué manera las TICs apoyan a la expansión de negocios a nivel internacional?
2. ¿Qué papel juegan las TICs en el desarrollo de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador?
3. ¿Cuál es la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador?
4. ¿A cuánto asciende aproximadamente la producción de maracuyá en el sector de Naranjal?
5. ¿Cuáles son los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez de la maracuyá?
6. ¿Qué estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales pueden utilizar los agricultores de maracuyá del cantón Naranjal?
7. ¿Cómo los agricultores de maracuyá del sector de Naranjal pueden iniciar relaciones comerciales con la utilización de las TICs?
8. ¿De qué forma la tecnología aportará el valor agregado a la exportación de maracuyá producida en la zona de Naranjal?
9. ¿Qué ventajas proporciona el uso de las telecomunicaciones en el desarrollo de negocios?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Establecer las oportunidades en el mercado internacional para la exportación de la producción de maracuyá, mediante la utilización de las TICs en los procesos de negociación.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador, a través de una investigación bibliográfica para sustentar los datos.
- Explorar la producción de maracuyá en el sector de Naranjal, por medio de la investigación cuantitativa de mercado.
- Investigar los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez del producto maracuyá.
- Determinar en la propuesta las estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales.

### **Justificación**

El presente proyecto de titulación se justifica en el Marco Teórico de la Investigación, sustentada en varias deficiones de autores conocedores del tema de las TICs, indentificando los antecedentes del problema que se investiga, incluyendo las fundamentaciones teóricas que permitan identificar y conceptualizar los términos básicos de las variables y se

consideran los datos obtenidos sobre el uso de las telecomunicaciones en los negocios.

En la parte metodológica se utilizó la investigación cuali – cuantitativa, es decir que se alternan las técnicas de la entrevista y la encuesta, con el instrumento del cuestionario sobre las variables de la investigación. La población estuvo compuesta por los agricultores del sector de Naranjal, perteneciente a una determinada asociación, es decir que es finita y el grupo objetivo es previamente seleccionado.

La investigación puede servir de guía para que otras asociaciones o negocios de emprendimiento utilicen la información para la expansión al mercado internacional de los productos que cultivan. Servirá para que los resultados de la investigación sean observados, analizados con el fin de generar oportunidades de crecimiento de las empresas dedicadas a esta actividad.

### **Delimitación:**

#### **Delimitación General**

Campo: Comercio Exterior

Área: Negocios Internacionales

Aspecto: Administración

Tema: Aplicación de las TICs para agilizar los negocios internacionales en la exportación de la maracuyá, en la zona de Naranjal, en el año 2017

#### **Delimitación Geo – Temporo Espacial**

Geográfica: Naranjal

Temporo – espacial: En el año 2017 – cantón Naranjal – Provincia del Guayas

## Ubicación geográfica del cantón Naranjal - Provincia del Guayas



Tomado de Map Google. 2017

### Variables

Variable Independiente: VI= Tecnología de la Información y Comunicación

Variable Dependiente: VD1= Negocios internacionales

VD2= Exportación de maracuyá

## **Capítulo I**

### **Marco Teórico**

#### **1.1 Introducción y Antecedentes a la Investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de titulación se consideraron varios aspectos investigados en diferentes tesis de universidades, libros de varios autores, noticias relevantes de diarios locales e internacionales, entre otros documentos que sirvieron de referencia para el desarrollo del marco teórico.

En el 2014 en la Universidad Salesiana del Ecuador de la carrera Administración de empresas, presentó un “Plan de exportación de concentrado de maracuyá producido en la empresa “Exofrut” para el mercado de Lima – Perú”, el mismo expone en el contexto “Debido a las propiedades de la maracuyá y su alto nivel de producción en el Ecuador se determina que posee una superioridad frente a la producción de Perú, a su vez otro punto favorable para Ecuador se da a el desarrollo continuo durante todo el año comercial por cualidades distintas y propicias del clima”, relacionándose con el tema por la finalidad que tiene: exportación de maracuyá. (Lucas & Vareles, 2014).

Otra de las investigaciones fue la realizada en la Universidad de Alcalá, el tema trato sobre el “Impacto de las TICs en la forma de hacer negocios internacionales, una revisión del paradigma ecléctico, en la que resalta que el desarrollo y la implantación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han jugado un papel fundamental en la globalización y, a su vez, en los procesos de internacionalización de las empresas. Estas tecnologías han permitido a las empresas ser más eficientes y productivas”, lo que se utilizó como referencia el análisis para el presente trabajo investigativo realizado por (Matias, 2016).

La relación de ambos trabajos evidencia que articulan las variables: uso de las TICs y la exportación de maracuyá como ejes que permiten conjugar los negocios internacionales de empresas en crecimiento que requieren considerar las ventajas de la comunicación para negociar y ahorrar dinero en los procesos de negociación.

## **1.2 Las telecomunicaciones y el comercio globalizado**

En el marco de las investigaciones es necesario un vistazo al ámbito internacional para el análisis de las coyunturas que genera el comercio de productos y servicios que se dirigen a diversos mercados con la finalidad de satisfacer necesidades del ser humano. La alimentación es una de las prioridades que desarrolla oportunidades de negocios en todo el mundo y actualmente son las comunicaciones las que globalizan las opciones de negocios y revelan varias formas de vender bienes que permitan intercambiar con otros países lo que oferta y promociona a través de las nuevas tecnologías que brinda las telecomunicaciones.

Para el Centro de Información de las Naciones Unidas “CINU” las telecomunicaciones han ido cobrando cada vez mayor auge, al grado de ser una de las claves para la prestación de servicios a nivel mundial. Entre estos podemos mencionar los servicios del sector bancario, turístico y de transportes, así como de la industria de la información. Este sector es revolucionado constantemente por diversos factores tales como la mundialización, la desregulación, la reestructuración, los servicios de red de valor añadido, las redes inteligentes y los acuerdos regionales. (CINU, pág. 3).

Todos los ámbitos de la industria, comercio, turismo, educación, entre otros se acogen a las ventajas de las telecomunicaciones y los procesos de comunicación que involucra la coordinación de actividades que dan la opción del desarrollo de negocios en todo el mundo, lo que representa nuevos desafíos para la inclusión de las pequeñas empresas en la

globalización basada en una sociedad informada que contribuye a eliminar brechas.

Actualmente se evidencia que el acceso a la comunicación con el surgimiento de la internet acerca a una comunidad ávida de entablar negociaciones, con tan solo un clic se pueden cerrar grandes transacciones, sin viajar; sin gastar en traslados, sino sencillamente al utilizar las herramientas de video conferencias, llamadas telefónicas, certificaciones con firmas electrónicas, todo es posible si se aplican las TICs en forma adecuada.

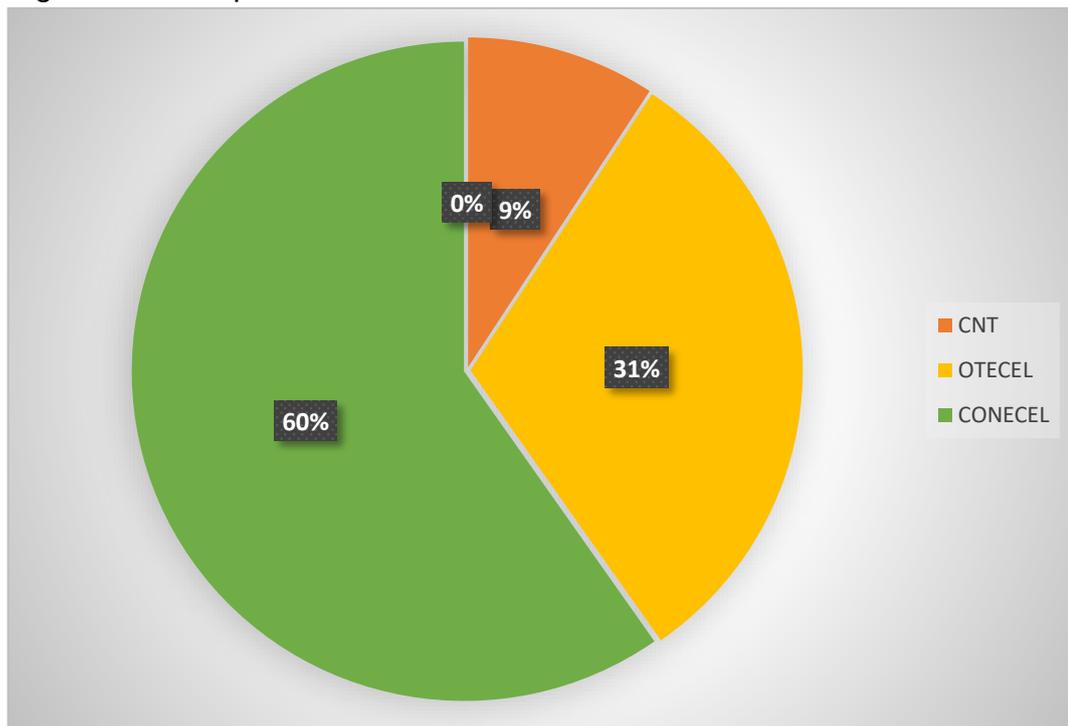
### **1.2.1 Desarrollo de las telecomunicaciones en el Ecuador**

El desarrollo de las telecomunicaciones en el Ecuador tiene su historia, según (Conatel, 2016) desde el año 1871 el Gobierno de Gabriel García Moreno dio cabida a una concesión a All América Cable and Radio para brindarle al País el servicio internacional de telegrafía usando cable submarino. En 1884 se dio el primer mensaje telegráfico interno en Ecuador fue transmitido sobre una línea entre Quito y Guayaquil. En 1900 la primera central telefónica del país fue instalada en Quito en el año de 1900 usando un sistema semiautomático.

En el año 2000 se expidió la Ley para la Transformación Económica y se dio cabida y espacio a la política para el sector de telecomunicaciones hacia el régimen de libre competencia de los servicios de acuerdo a la reforma del artículo 38 de la Ley Especial de Telecomunicación, asignando al CONATEL una responsabilidad que se complemente en un marco regulatorio para permitir que se dé un mercado en condiciones de libre competencia. Del 2001 en adelante la CONATEL, SUPTEL y SENETEL ofrecen las máximas garantías a los contratos y participación de las empresas (pág. 1).

Para la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones Arcotel (2016), las estadísticas permiten conocer la participación en las líneas de servicio móvil avanzado, publicado en septiembre del 2016: Son aproximadamente 14.908.215 usuarios, cuya participación se representa en % en la figura 1.

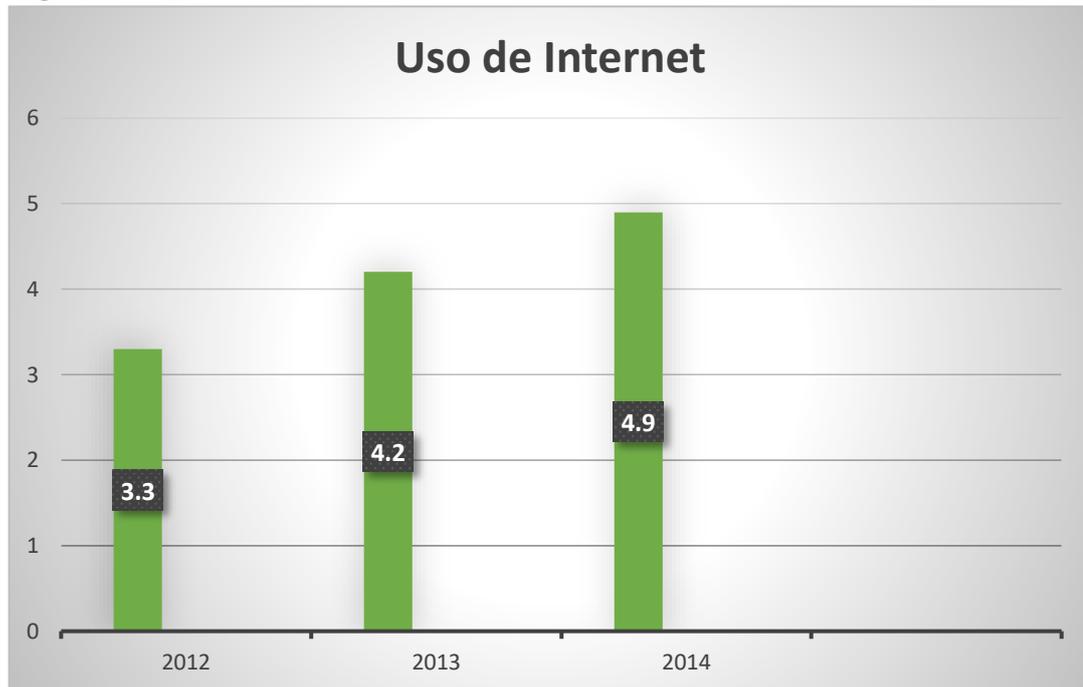
Figura 1 Participación de líneas móviles



Fuente: Arcotel  
Elaborado por Carisa Dyer

Mientras que la participación en el uso del internet móvil según los datos proporcionados por Arcotel (2016) es de 30,79% de los ecuatorianos, con una evolución desde el 2012 al 2014.

Figura 2 Uso de internet móvil



Fuente: Arcotel

Elaborado por Carisa Dyer

En la figura se evidencia el desarrollo del internet en el 2012 era apenas 3,3%, en el 2013 fue de 4,2% y en el 2014 fue 4,9 % del uso total del internet.

Los datos estadísticos reflejan un crecimiento acelerado en los últimos años, comparando a nivel mundial según el último estudio realizado por Were Are Social (2016) expone los resultados sobre el uso de internet y redes sociales en más de 30 países del mundo.

Para Were Are Social (2016) Globalmente el estudio sobre internet y las redes sociales determina que de los más de 7.395 millones de habitantes del planeta, 3.419 millones tienen acceso a internet (un incremento del 10% en un año) y 2.307.000.000 usan regularmente las redes sociales (+10% desde enero de 2015). 3.790.000.000 personas utilizan un teléfono móvil (+ 4% en un año) y 1.968 millones de personas acceden a las redes sociales a través de estos. (pág. 3)

Sintetizando, según Pautasio (2016) “Al cierre de 2014, Ecuador contaba con 2,44 millones de líneas de telefonía fija, 17,4 millones de líneas de telefonía móvil, 1,32 millones de abonados a servicios de banda ancha fija, 4,9 millones de accesos de Internet móvil.” (pág. 1), lo que aporta al desarrollo de negocios por la penetración de las telecomunicaciones en el mercado mundial y el desarrollo en el Ecuador de formas más ágiles.

Según información de ProEcuador (2016) Ecuador es considerado uno de los principales exportadores de banano, cacao y camarón, razón por la cual estas industrias cuentan con un grado de tecnología muy avanzado en sus plantaciones, que va desde el monitoreo de los cultivos a través de drones, hasta la etapa del control de la cosecha y del empaque por medio de dispositivos electrónicos, que permiten cuantificar resultados con información de costos y la rentabilidad en cada finca o planta. Esto ha sido posible gracias a la experiencia ecuatoriana y por el emprendimiento del sector privado con apoyo del Gobierno en el sector de tecnología. Es así que Ecuador está en la capacidad de ofrecer al mundo, servicios tecnológicos empresariales y agrícolas, con estándares internacionales, como ejemplo de este tipo de emprendimiento se puede nombrar a la Asociación Ecuatoriana de Software (Aesoft) que agrupa a empresas productoras, distribuidoras y desarrolladoras de software, dedicadas a la prestación de servicios informáticos relacionados con el software y la tecnología. (pág. 19). El desarrollo de la tecnología y el uso por el momento está relacionado con el poder adquisitivo que tengan los agricultores ecuatorianos.

El impacto de la tecnología en la gestión comercial es alto por las ventajas de innovación en las comunicaciones, la misma que ha cambiado el esquema de la cadena de valor de la información a la que tienen acceso los agricultores para agilizar las negociaciones y evitar a los intermediarios, sin embargo aún se requieren la actualización de datos que permitan negociar y gestionar actividades proactivas de mano de la tecnología para que agilicen la comercialización de los diferentes productos agrícolas que se exportan a diferentes partes del mundo, especialmente Asia, América y el resto de los continentes.

## Software especializado



<http://www.guiadesolucionestic.com/soluciones-verticales/sector-Comercio-exterior/comercio-exterior-intermediacion-aduanera/649-angelnet>

Según ÁngelNet “Es un software de información modular para comercio exterior que combina muchos procesos y herramientas enfocadas con la normatividad legal, formando una solución integral que brinda la comunicación e interacción de datos entre sí con varias áreas de la organización”. Este tipo de herramienta contribuye al desarrollo de los negocios internacionales, lo que avizora que los agricultores ecuatorianos pueden acceder en forma fácil a la conectividad con empresas que requieren sus productos (Soluciones, 2016).

### 1.3 Oportunidades de negocios en el mercado internacional

En los últimos veinte años la revolución del internet y el desarrollo de las telecomunicaciones en los procesos de negociación ha permitido establecer mayores oportunidades para la exportación de la producción de maracuyá en el mercado internacional, lo que ha generado un impacto significativo para los empresarios que poco a poco han incluido en sus

procesos el uso de los diversos medios tecnológicos como un habilitador en las gestiones administrativas y de comercialización por la relevancia y el alcance de servicios que pueden realizarse por el soporte inmediato de la tecnología.

Según los datos proporcionados por ProEcuador (2016) el Ecuador exporta un sinnúmero de productos no tradicionales que forman parte del abanico de compra en otros países europeos, asiáticos y americanos. El principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador en enero del 2016 fue Estados Unidos con una participación del 26.16% del total exportado, le siguieron Rusia con un 8.22%, Vietnam con un 7.68% y Alemania con 5.63%. Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, siete corresponden a países de América. Lo que genera una oportunidad interesante de desarrollar negocios a nivel internacional.

Datos estadísticos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, en coordinación con la Dirección Comercial e Inversiones (ProEcuador, 2016) los países que consumen las exportaciones no petroleras de Ecuador en el año 2016 lo constituyen países como: Estados Unidos, Rusia, Alemania, Colombia, Países Bajos, España, China, Italia, Francia, Chile, Perú, Japón, Argentina, Turquía, Bélgica, México, Venezuela, Reino Unido, Ucrania, lo que amplía el mapa de oportunidades para generar negocios en el ámbito internacional.

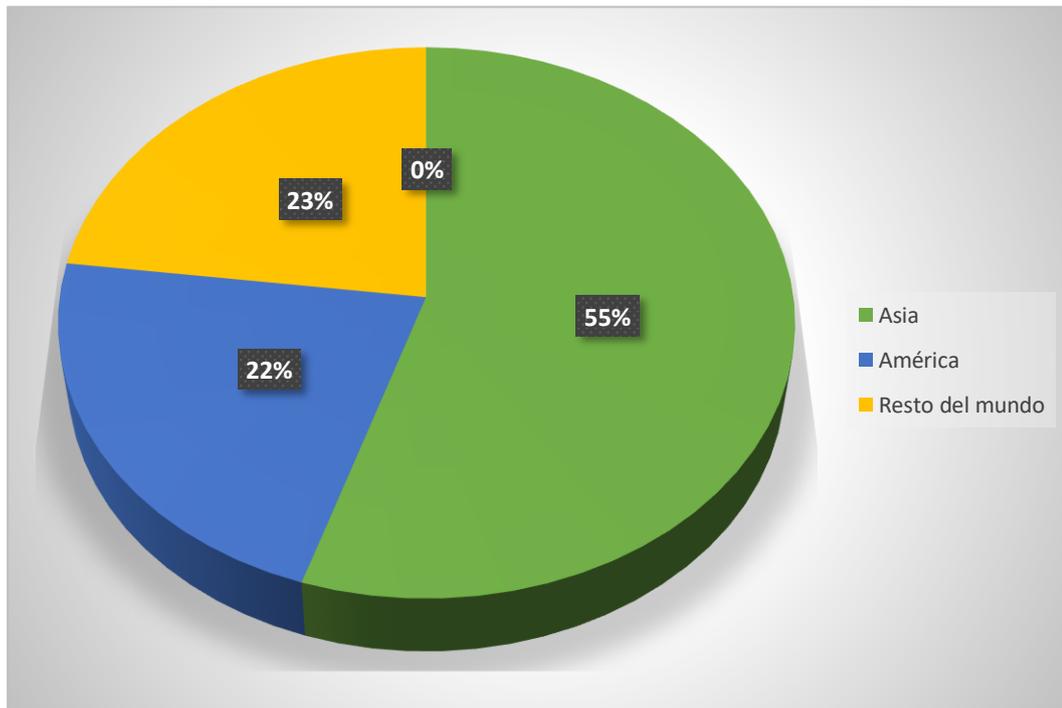
#### **1.4 El consumo de maracuyá en el mundo**

Las enfermedades y el alto grado de obesidad en países desarrollados inciden en el consumo de frutas y verduras como forma de establecer hábitos alimentarios que ayuden al mejoramiento de la salud y evitar las diversas enfermedades cardiovasculares que sin cuidado puede causar la muerte.

El consumo genera comportamiento y tendencias, para la Dirección General de consumo e inversiones (2016) lo que indican las estadísticas a nivel mundial sobre el consumo de frutas, actualmente Asia es el continente con mayor producción de frutas, casi el 50% de la fruta mundial es producida por países asiáticos, importando y exportando volúmenes similares, debido a la creciente demanda del consumo interno. Mientras que América produce cerca del 22% de la fruta mundial, sin embargo exporta una cantidad superior, lo cual refleja un consumo interno reducido de frutas (pág. 6).

En el gráfico se observa el porcentaje de participación de producción de los continentes: Asia (55%), América (22%) y resto del mundo (23%).

Figura 3 Producción de maracuyá en el mundo

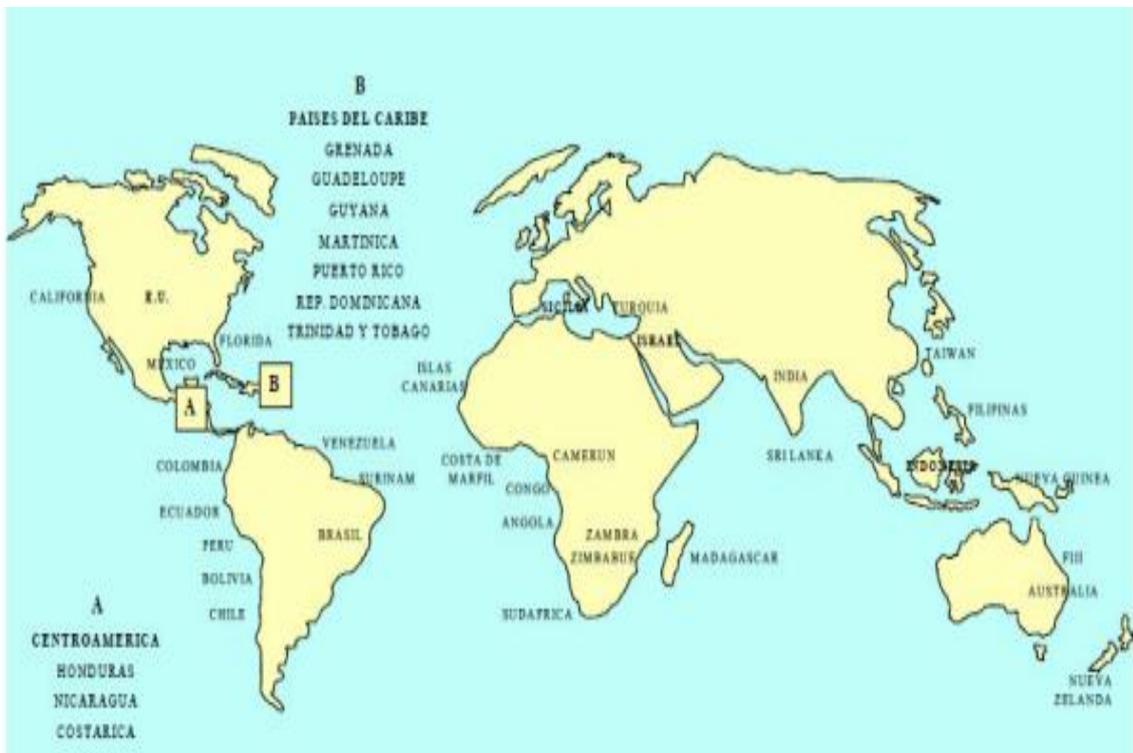


Fuente: Dirección General de consumo e inversiones, 2016  
Elaborado por: Carisa Dyer

En el Ecuador las diversas campañas públicas reflejan la preocupación porque la población consuma alimentos sanos, de igual manera en países europeos y en Estados Unidos hay campañas que incentivan y concientizan la ingesta de frutas, lo que abre la oportunidad de mantener este tipo de mercado con la finalidad de cubrir necesidades que no están satisfechas.

En el área de Naranjal según datos de Chehab (2016) Ecuador es el principal productor de maracuyá en Sudamérica, así como el principal exportador de pulpa de maracuyá congelada a nivel mundial. Al 2011 el Ecuador tuvo exportaciones por un valor de USD\$ 69 millones, correspondiente a más de 28 mil toneladas de éste producto. Los principales destinos de sus exportaciones son: Estados Unidos, Holanda (Países Bajos) y Rusia. Lo que evidencia la importancia de incentivar el cultivo de maracuyá.

### Distribución de la producción de maracuyá a nivel mundial



Tomado de (Agrocalidad, 2016)

La producción en países latinoamericanos se divide entre los países de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Venezuela, Surinam, Brasil, Chile. En Centroamérica: Honduras, Nicaragua, Costa Rica, México. En América del Norte California, Florida y países del Caribe: Granada, Guadeloupe, Guyana, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago.

### Cultivos de maracuyá en el sector de Naranjal



Fotografías de Carisa Dyer

### Plantaciones de maracuyá: Flores de maracuyá



Fotografía de Carisa Dyer

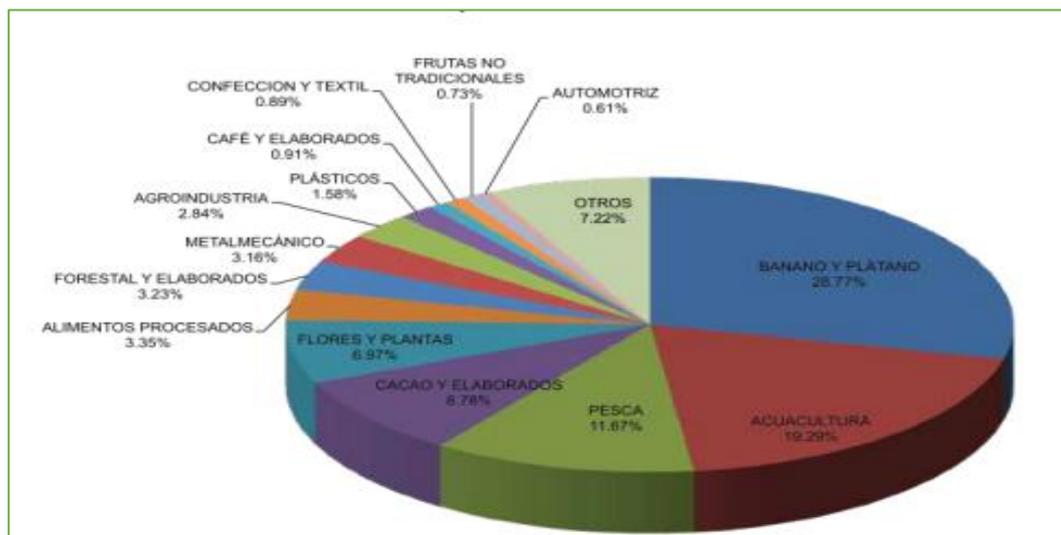
## 1.5 La maracuyá en el mundo y su relación con las exportaciones No tradicionales del Ecuador

Las posibilidades de entablar negocios internacionales con países importadores es alto, Ecuador posee por su clima una gran fuente de producción de frutas, siendo la maracuyá o fruta de la pasión <como se la conoce comúnmente en otros países> goza de gran aceptación por el aroma, color, sabor y ser fuente de vitamina C y provitamina A, la misma que puede consumirse en jugos, néctar, como aromatizante, cremas, concentrado.

De acuerdo con los datos de Dirección General de consumo e inversiones (2016), Pro Ecuador específicamente, mencionan que “Ecuador es el principal productor de maracuyá en Sudamérica, así como el principal exportador de pulpa de maracuyá congelada. Adicionalmente, debido a su aroma, la cáscara es también un producto comercial” (pág. 3).

Exportaciones No Petroleras. Principales grupos de productos

% Participación, Enero 2016



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

En lo que se refiere a los productos no tradicionales en la exportación constan la acuicultura, banano y plátano, pesca, cacao y otros elaborados, flores y plantas, alimentos procesados, forestal y elaborados, agroindustria, plásticos, café y elaborados, confección textil, automotriz y frutas no tradicionales como la maracuyá (Parchita / Passiflora Edulis) con una participación del 0,85% en el año 2016, los datos fueron proporcionados por el Banco Central del Ecuador (ProEcuador, 2016).

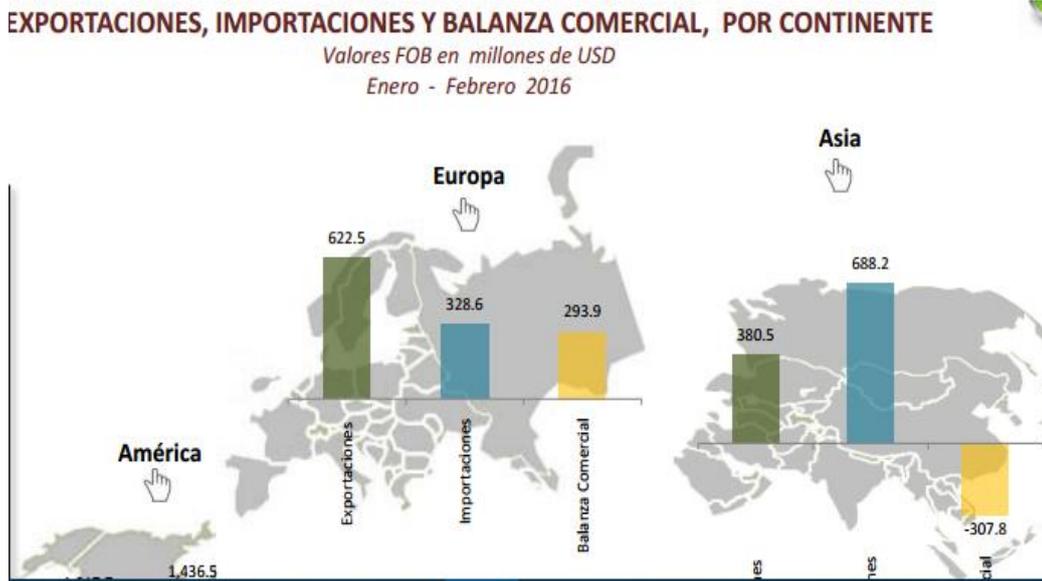
Los datos publicados por ProEcuador dimensionan la importancia de la maracuyá en el aporte a las exportaciones de productos no tradicionales. En la escala mundial se ubica como primero en relación a los otros países que venden este tipo de producto, a esto se le suma el aporte al desarrollo agrícola nacional con programas que incentivan el cultivo orgánico.

### **1.6 Balanza Comercial en el Ecuador (2016)**

Los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador y publicado por ProEcuador (2016) indican en forma clara y precisa que los países a los que se exporta, mayoritariamente lo componen los países europeos, siendo 622.5 para las explotaciones, mientras que las importaciones ascienden a 328.6 y la Balanza Comercial con 293.9.

Con Asia ocurre lo contrario Ecuador apenas exporta 380.5, pero importa 688.2, con una Balanza Comercial por debajo -307.8. Estas cifras identifican la oportunidad de iniciar negocios internacionales con países europeos.

Figura 4 Exportaciones al mundo



Fuente: Tomado de Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR S(Banco Central del Ecuador)  
 Elaborado por Carisa Dyer

Figura 5 Evolución de las exportaciones 2007 -- 2016



Fuente: Tomado de Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR  
 Elaborado por Carisa Dyer

Desde el año 2007 las exportaciones de los productos no tradicionales primarios en el Ecuador han presentado una evolución hacia el ascenso, sin embargo en el 2015 y 2016 decreció por problemas en la economía mundial.

## 1.7 Producción de maracuyá en el Ecuador

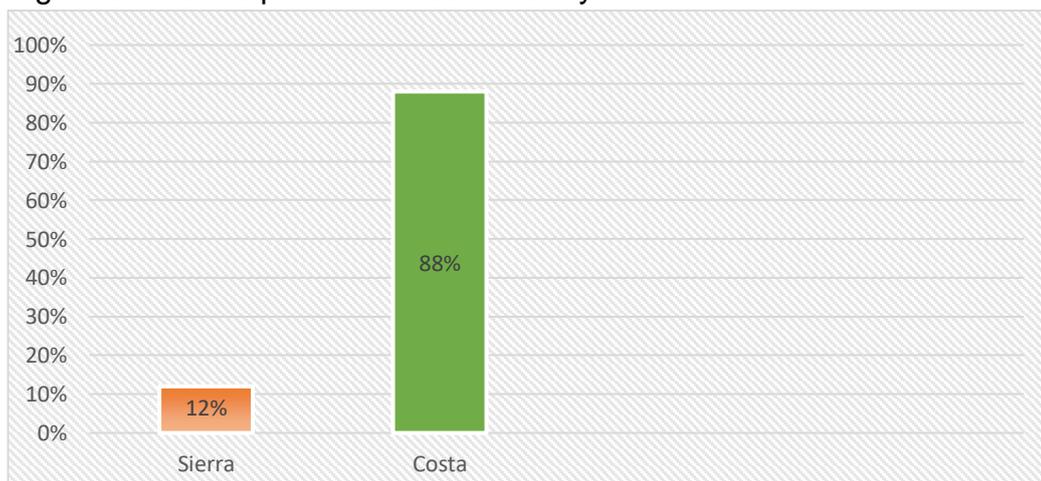
Ecuador es un país agrícola, en las regiones costa, sierra y oriente se cultivan diversos productos agrícolas entre ellos cacao, café, piña, hortalizas, frutas, maracuyá. De acuerdo con los datos estadísticos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2012) la producción de maracuyá por región, superficie plantada y cosechada, producción y ventas. Las ventas son aproximadamente 43,901 toneladas métricas.

Tabla 1 Producción de maracuyá

| REGIÓN Y<br>PROVINCIA | SUPERFICIE (Has.) |           | PRODUCCIÓN<br>(Tm.) | VENTAS<br>(Tm.) |
|-----------------------|-------------------|-----------|---------------------|-----------------|
|                       | Plantada          | Cosechada |                     |                 |
| <b>REGIÓN SIERRA</b>  | 1.312             | 1.165     | 8.382               | 8.365           |
| <b>REGIÓN COSTA</b>   | 9.553             | 8.375     | 44.303              | 43.901          |

Fuente: Inec – Espac. 2011  
Elaborado por Carisa Dyer

Figura 6 Total de producción de maracuyá en %



Fuente: Inec – Espac. 2011  
Elaborado por Carisa Dyer

Según los resultados se observa que “La sierra tiene el 12%, mientras que la costa el 88%” del total de la producción nacional de maracuyá. (INEC - ESPAC, 2011).

En los datos se evidencia que el Ecuador ocupa un lugar privilegiado como productor de maracuyá lo que permite establecer mejoras en el sector y forme parte integral del cambio de la matriz productiva que impulsa el gobierno nacional. Según Chehab “Las principales zonas de cultivo están ubicadas en las provincias de Manabí, Esmeraldas, Guayas, El Oro y en algunas zonas de Santo Domingo de los Tsáchilas” y en lo que corresponde a la provincia del Guayas se encuentra el área de Naranjal con una participación considerable de la producción de maracuyá.

De acuerdo con datos de Chehab (2016) Ecuador es el principal productor de maracuyá en Sudamérica, así como el principal exportador de pulpa de maracuyá congelada a nivel mundial. Al 2011 el Ecuador tuvo exportaciones por un valor de USD\$ 69 millones, correspondiente a más de 28 mil toneladas de éste producto. Los principales destinos de sus exportaciones son: Estados Unidos, Holanda (Países Bajos) y Rusia.

En un estudio realizado por la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y el Mundo (2016) “Hasta junio de 2014 Ecuador exportó 8,8 toneladas métricas de concentrado de maracuyá que representan ingresos por 45,5 millones de dólares. Estados Unidos y Europa son los principales mercados de la fruta”. Los datos proporcionados por este ente gubernamental permiten considerar que la producción de maracuyá contribuye al desarrollo del Ecuador y de los agricultores de las diferentes zonas de la costa ecuatoriana.

#### Plantación de maracuyá



Plantas y fruto de maracuyá

## 1.8 Composición química del producto maracuyá

De acuerdo con Valareso, Mendoza, Álvarez y Vásquez (2016), la maracuyá es originaria de la región amazónica del Brasil, país que posee unas 150 – 200 especies de las 465 existentes del género pasiflora en el mundo. Otras especies de importancia económica y conocidas en el Ecuador, son pasiflora alata (maracuyá dulce), pasiflora quadrangularis (badea) y pasiflora ligularis (granadilla)” (pág. 14).

Los diversos nombres de la maracuyá lo identifican como un producto de gran demanda por el sabor y la composición química.



Tabla 2 Ficha técnica

|                     |                |
|---------------------|----------------|
| Valor energético    | 78 calorías    |
| Humedad             | 82 -85 %       |
| Proteínas           | 0,8 g          |
| Grasas              | 0,6 g          |
| Hidratos de carbono | 2,4 g          |
| Fibra               | 0,2 g          |
| Cenizas             | Trazas – 1.2 % |
| Calcio              | 5.0 mg         |
| fósforo             | 18 mg          |
| Hierro              | 0,3 mg         |
| Vitamina A activada | 684 mg         |
| Tiamina             | Trazas         |
| Riboflamina         | 0,1 mg         |
| Ácido ascórbico     | 15 – 20 mg     |

Fuente: Tomado de (Valarezo, Valarezo, Mendoza, Alvarez, & Vásquez, 2016)  
Elaborado por Carisa Dyer

## 1.9 Productores de la maracuyá en el sector de Naranjal - Ecuador

La producción agrícola es una de las actividades que dinamizan la economía del Ecuador, según datos de Chehab (2016) “En el Ecuador, los cultivos de maracuyá cubren una superficie de 28,747 hectáreas, distribuidas en 9,088 UPAS, siendo el 69% correspondiente a pequeños productores; el sector genera más de 600 mil empleos entre directos e indirectos”. Dentro de éste total forma parte Naranjal con áreas que se dedican al cultivo de maracuyá.

De acuerdo con datos proporcionados por el Instituto Nacional de Investigaciones Agro Pecuaras (INIAP, 2016) La maracuyá presenta una producción aproximada de 247.973 toneladas y una productividad media de 8.6 ton/ha (INEC, 2002). Su importancia económica y social se refleja en el gran uso de mano de obra en el manejo de los diferentes estados fenológicos del cultivo establecido predominantemente en pequeñas plantaciones con áreas promedios entre 1 a 2 ha por familia.

El apoyo a la siembra de maracuyá representa un importante aporte en las exportaciones no petroleras y contribuyen al crecimiento de la economía ecuatoriana por lo que requieren de la participación de productores consientes del respeto a las normas del medio ambiente con la finalidad de ofertar productos de gran calidad en el mercado nacional y mundial lo que beneficia a los consumidores de los diversos productos agrícolas.

En la Revista Mexicana de Agronegocios, cita a (Jacquiau, 2007) en la que enfatiza que el productor que participa en el Comercio Justo está comprometido a respetar el ambiente, las normas laborales adecuadas y ofrecer productos de calidad. Es un sistema alternativo dentro del sistema de mercado globalizado, el deterioro del ambiente, favorece la pobreza de las masas y el enriquecimiento de un pequeño grupo de personas, mientras que este modelo alterno se basa en la alianza entre productores y consumidores responsables restando importancia a la ley de la oferta y la demanda y otorgándosela a otros factores como los costos sociales de la producción y el poder del consumidor quien exige calidad, pero de la misma manera desea conocer de dónde

viene un producto y como llego hasta su hogar. (Pineda, Díaz , & Pérez, 2014).

Los productores de maracuyá en el sector de Naranjal – Ecuador carecen de los conocimientos necesarios para la comercialización directa de los productos, lo que involucra la escasa información sobre los estándares de calidad que requieren para la calificación de exportación de la maracuyá, con las dimensiones del mercado potencial según los requerimientos de los consumidores y poder adquisitivo para adquirir la compra del producto, de acuerdo con Agencia Pública de Noticias del Ecuador y el Mundo (2016) “Entidades públicas y privadas de Ecuador participan en el Plan de Mejora Competitiva para la Cadena de Maracuyá, que tiene entre sus objetivos incrementar la producción del área cultivable y posicionar la fruta con valor agregado en el mercado internacional”. Lo que permite a los agricultores de maracuyá visualizar un mejor panorama en el que se considere elevar los estándares de calidad en la producción para que puedan ser comercializados en el mercado internacional de Estados Unidos y Europa.

### **Plantas de maracuyá en el Cantón Naranjal**



Fotografía de Carisa Dyer

## 1.10 Exportación del maracuyá en el Ecuador

La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei, 2016) destaca que “El 90% del producto vendido al mundo proviene del Ecuador. El año pasado, la Unión Europea (UE) captó el 72% de las ventas nacionales y Estados Unidos el 19%”. Los datos evidencia la oportunidad de desarrollo futuros negocios apoyados con el uso adecuado de las TICs por medio de página web corporativas especializada en negocios agrícolas con buen contenido informativo del producto, acompañado de las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram.

Las redes sociales es la tendencia de negociar en forma directa, es decir que los agricultores asociados pueden aperturar mercados con estrategias que permitan la venta de los productos en forma competitiva y sin una gran inversión, estableciendo un sistema integrado entre el productor y el cliente, con conversaciones que generen negocios con argumentos comerciales de alto nivel. Los datos de la aceptación de la maracuyá en países como Alemania, Reino Unido, EE.UU. y Holanda es una oportunidad para vender a un buen precio el producto.

Para (Corpei, 2016) “Los precios externos siguen impulsando la mejoría del sector. En el 2004, el promedio por kilo fue de \$ 2; en lo que va del 2005 se ha elevado a \$ 2,60”. Las cifras son un indicativo del buen precio que se maneja al exportar la pulpa de maracuyá. Una de las grandes ventajas que tiene la producción de este fruto es que debido a las condiciones climáticas y la ubicación privilegiada del Ecuador se produce todo el año, mientras que en otros países es apenas de una vez al año. El apoyo de entidades como el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca genera la apertura de nuevas formas de comercializar la pulpa de maracuyá en otros países europeos y asiáticos que consumen concentrado de maracuyá como parte de la dieta diaria.

### 1.11 Requerimientos del mercado internacional en calidad y madurez del producto maracuyá

Los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez de la maracuyá se relacionan con las condiciones agroecológicas en que se cultiva, para la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en un estudio realizado por Arias & Toledo (2015) El nivel de etileno en frutas aumenta con la madurez del producto, el daño físico, incidencia de enfermedades y temperaturas altas. El almacenamiento refrigerado y el uso de atmósferas con menos de 8% de O<sub>2</sub> y más de 2% de CO<sub>2</sub>, contribuyen a mantener bajos niveles de etileno en el ambiente de postcosecha.

Tabla 3: Frutas tropicales según su producción de etileno.

| Clase    | Etileno (ml/kg/h a 20°C) | Producto                           |
|----------|--------------------------|------------------------------------|
| Muy bajo | < 0.1                    | Cítricos                           |
| Bajo     | 0.1 - 1.0                | Piña, melón, casaba, plátano       |
| Moderado | 1.0 – 10.0               | Mango, melón                       |
| Alto     | 10.0 - 100.0             | Melón reticulado, palta (aguacate) |
| Muy alto | > 100.0                  | Maracuyá                           |

Adaptado de: (Kader, A.A., 1992). (Arias & Toledo, 2015)

Tabla 4: Frutas tropicales según su producción de etileno.

| Frutas climatéricas                     | Frutas no climatéricas                              |
|---|---|
| Palta ( <i>Persea americana</i> )       | Limón sutil ( <i>Citrus aurantifolia</i> )          |
| Chirimoya ( <i>Anona cherimolia</i> )   | Mandarina ( <i>Citrus reticulata</i> )              |
| Granadilla ( <i>Passiflora edulis</i> ) | Naranja dulce ( <i>Citrus sinensis</i> )            |
| Mango ( <i>Magnifera indica</i> )       | Sandía ( <i>Citrullus vulgaris</i> ) Piña           |
| Melón ( <i>Cucumis melo</i> )           | ( <i>Ananas comosus</i> ) Pomelo ( <i>Citrus</i>    |
| Papaya ( <i>Carica papaya</i> )         | <i>paradisi</i> ) Toronja ( <i>Citrus grandis</i> ) |
| Plátano ( <i>Musa spp.</i> )            | Uva ( <i>Vitis vinifera</i> )                       |
| Maracuyá ( <i>Passiflora edulis</i> )   |   |

Adaptado (Arias & Toledo, 2015)

De acuerdo con Arias & Toledo (2015) “Las frutas climatéricas pueden ser maduradas organolépticamente en la planta o después de cosechadas. Las frutas no-climatéricas sólo maduran para consumo en la planta”. La maracuyá pertenece al grupo de frutas climatéricas. (Ver Anexo Codex).

## **1.12 Uso de las TICs en los pequeños negocios agrícolas ecuatorianos**

Las telecomunicaciones en las Pymes agrícolas ecuatorianas están relacionadas con el uso del internet y el acceso a sistemas móviles (teléfonos) por medio de mensajes de texto SMS o WhatsAap, sin embargo aún no se ha desarrollado la cultura de negociar la venta de los productos por medio de las Tics.

Para Ca´Zorxi (2011) las telecomunicaciones es la forma en que las nuevas tecnologías son usadas por las empresas y se puede diferenciar entre el uso infraestructural o genérico y el especializado. En el primer caso la tecnología soporta funciones como la comunicación audio-visual (telefonía fija, móvil o VOIP), la comunicación escrita (e-mail, SMS, chat), el acceso a datos gracias a la digitalización, almacenamiento y distribución de documentos de la empresa y la búsqueda de información en Internet. (pág. 16).

Los agricultores actualmente cuentan con diversas formas de negociar que hace un decenio atrás no tenían, sin embargo el limitado conocimiento en el uso de las Tics genera un estancamiento en la utilización generar mayores oportunidades de ampliar los horizontes empresariales. de estas herramientas como forma directa de negociar. En lugares como Naranjal el agricultor restringe el uso del celular para llamadas personales sin considerar los aspectos de negociación del envío de datos sobre la producción, lo que tiene para vender o comprar y establecer alianzas con grandes empresas sin intermediarios.

En los sectores agrícolas la comercialización de los productos se realiza por medio de intermediarios que compran la producción a precios bajos, lo que incide en pérdidas de ingresos económicos para los agricultores, quienes por la falta de dirección y conocimiento de las herramientas digitales no implementan comunicación directa con los compradores.

En el caso de la producción de maracuyá en el cantón Naranjal, de la provincia del Guayas, los agricultores pierden la oportunidad de comercializar el producto por el desconocimiento del uso de las TICs, en ocasiones una llamada, un email bien dirigido les permite hacer negocio con grandes empresas que requieren del producto para exportarlo, esta información queda sustentada con lo expuesto por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información en la exposición e la importancia de la TIC.

De acuerdo con un informe presentado por el (Información, 2014) Cinco formas en como las TIC pueden ayudar para enfrentar los retos en el desarrollo de las cadenas de valor de la agricultura son las siguientes: precios y sistemas de información climática, aplicaciones que pueden ayudar a compradores realizar las transacciones con miles de agricultores, aplicaciones online para facilitar el comercio, iniciativas para expandir los modelos de negocio a través de telefonía, radio, video o una combinación de todas y mensajes de texto SMS para promover información (pág. 22).

Los agricultores requieren asumir decisiones que permitan expandir su negocio, una asociación sin el contacto y la modernización en la comunicación online está limitado a que su producción se pierda y vender a precios fuera del mercado. Otro de los aspectos positivos se relaciona con las consultas meteorológicas que permite el monitoreo y la prevención de desastres climáticos que lo puede utilizar los sistema de detección para las buenas prácticas agrícolas en beneficio de la producción.

### **1.13 Marco Legal**

Según la Constitución de la República del Ecuador, Art. 13 ordena que las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos, preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria en el Art. 32 en la que menciona que la Salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya relación lo vincula con otros derechos: Derecho al agua, la alimentación, educación, cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

La Ley Orgánica de la Salud, Art. 4, prescribe la autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la entidad a que le corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud, así como la responsabilidad de la aplicación y vigilancia del cumplimiento de esta Ley y las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias.

La Ley Orgánica de Régimen de la Soberanía Alimentaria, en el Art. 28, inciso tercero establece que las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación.

En el Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN, numeral 11.1 el Instituto Ecuatoriano de Normalización y las autoridades pertinentes legalmente reconocidas para este efecto vigilan y controlan el cumplimiento de los requisitos del Reglamento Técnico Ecuatoriano, de acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento y demás leyes vigente.

## 1.14 Operacionalización de las variables

Tabla 5: Operacionalización de las variables

| Variables  | Conceptualización  | Dimensiones                        | Indicadores   | Ítems  | Fuentes      | Instrumentos           |
|--|--|------------------------------------|---|--|--------------|------------------------|
| VI:<br>TICs<br>Tecnología de la Información y Comunicación | “CINU” las telecomunicaciones han ido cobrando cada vez mayor auge, al grado de ser una de las claves para la prestación de servicios a nivel mundial.   | Las telecomunicaciones en el mundo | Las TICs en el Ecuador<br>Uso de internet<br>Herramientas tecnológicas                              | ¿De qué manera las TICs apoyan a la expansión de negocios a nivel internacional?<br>¿Qué estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales?  | Bibliografía |                        |
| VD:<br>Exportaciones en el Ecuador                         | La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei, 2016) destaca que “El 90% del producto vendido al mundo proviene del Ecuador. El año pasado, la Unión Europea (UE) captó el 72% de las ventas nacionales y Estados Unidos el 19%”. | Entorno de los mercados globales   | Oportunidad de desarrollo en el mercado internacional<br>Negocios Internacionales<br>Requerimientos | ¿Qué papel juegan las TICs en el desarrollo de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador?<br>¿Cuál es la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador?<br>¿Cuáles son los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez de la maracuyá?<br>¿De qué forma la tecnología aportará un valor agregado a la comercialización de maracuyá en la zona de Naranjal? | Cuantitativa | Entrevista<br>Encuesta |

Fuente: Investigación  
Elaborado por Carisa Dyerros

## Capítulo II

### Metodología de la investigación

#### 2.1 Diseño de la Investigación

La investigación fue No experimental, es decir que no se realizó ningún experimento. De corte transversal porque las encuestas se aplicaron en la misma fecha en el cantón Naranjal. El estudio descriptivo según Hernández, Fernández y Batista (2012), detalla la situación del uso de las TICs en las exportaciones por medio de la recolección de datos que permite contextualizar las características de los fenómenos investigados.

En resumen, según Hernández, Fernández y Batista (2014) “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea” (pág.120). En la investigación todas las preguntas contestaron a los objetivos, a la formulación del problema y al tema específicamente, relacionado con las variables: uso de las TICs y negocios internacionales en la exportación con la finalidad de determinar la tendencia de negociar sus productores agrícolas.

Mientras que el estudio correlacional determinó las causas del uso limitado de las telecomunicaciones en los negocios y estableció el efecto en el precio de la venta de maracuyá en el mercado interno.

## **2.2 Métodos de la investigación**

Los métodos a empleados en esta investigación fueron:

Según la forma de razonamiento: Método Deductivo: Según Pacheco, “Va de lo general a lo particular” (2014), se partió desde las conceptualizaciones de las TICs y las exportaciones.

Método Inductivo: Según Pacheco (2014) “Es un proceso de razonamiento lógico en el que partiendo de la observación de casos particulares y luego establecer comparaciones de características, propiedades y relaciones funcionales de las diferentes facetas de los objetos” (pág. 75), en esta investigación lo inductivo se da en el análisis de las exportaciones.

Método Analítico: Se comenzó con el análisis de los datos recolectados

Método Sintético: Todos los datos recolectados se sintetizaron en las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **2.3 Metodología de la investigación**

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, el mismo que consistió en redactar el cuestionario que permitió recolectar, analizar y obtener los resultados que vinculan los datos cuantitativos de las preguntas aplicadas personalmente a los agricultores de maracuyá. Se realizó preguntas cerradas, todas las encuestas fueron previamente impresas y antes de aplicarlas se les explicó la forma de contestar.

De acuerdo con Hernández (2012) el “Enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (pág. 46). El presente trabajo investigativo se refiere al uso de la tecnología en su vida, en el trabajo, en lo cotidiano y las oportunidades de exportar lo que producen y conocer la forma cómo hacerlo.

## **2.4 Técnicas utilizadas en la investigación**

En la investigación se utilizó la técnica de la encuesta estructurada con preguntas cerradas. Para Kotler & Keller (2012) “Las empresas realizan encuestas para conocer qué saben, qué creen, qué prefieren y qué satisface a los consumidores, para luego generalizar los descubrimientos a la totalidad de la población” (pág. 127). Las respuestas a las preguntas fueron elaboradas en base a escala de Likert.

Por ser una exploración cuantitativa se obtuvieron datos estadísticos como un proceso que analizó la realidad de los productores de maracuyá del cantón Naranjal, provincia del Guayas, la misma que permitió al final concluir en forma general la indagación. (Ver anexo la encuesta).

## **2.5 Instrumentos de la Investigación**

El instrumento aplicado fue el cuestionario que se elaboró en base a las variables de investigación, fue aplicado a cada una de las personas objeto de este estudio, previamente se imprimieron y se las entregó a cada uno. Cada cuestionario al momento de aplicarlo duró aproximadamente entre 20 y 30 minutos.

## 2.6 Población

Para la investigación se tomó en cuenta a toda la población. Según Selitiz citado por Hernández (2012) “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (pág. 276). Para el presente estudio se investigó y no hay estadísticas exactas, sin embargo en la publicación de diario El Telégrafo (2016) son “Doscientos cincuenta pequeños agricultores del cantón Naranjal, provincia del Guayas, beneficiarios del Plan Tierras del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap), trabajan de manera conjunta hace dos años en la hacienda La Indiana” y según Jorge Maldonado, presidente de la Cooperativa Agrícola La Indiana allí “siembran maracuyá”.

Tabla 6: Población

| Sectores               | Número de agricultores |
|------------------------|------------------------|
| San Carlos de Naranjal | 250                    |
| Total                  | 250                    |

Fuente: Investigación  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

## 2.7 Muestra

Para el presente estudio se consideró el muestreo probabilístico aleatorio simple por la facilidad de elegir el tamaño de muestra requerido por ser una población bien identificada. Según Pacheco (2014) la muestra es un “Subconjunto representativo de elementos de una población o universo” (pág. 65). En este estudio se aplicó la fórmula para determinar la muestra:

## Fórmula para determinar la Muestra

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(N - 1) e^2 + 1}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño del universo

E= Precisión de resultados (5%=0,05)

$$n = \frac{250}{(250 - 1) 0.05^2 + 1}$$

$$n = \frac{250}{(249) 0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{250}{0,62 + 1}$$

$$n = \frac{250}{1,62}$$

$$n = 154$$

## 2.8 Selección de la muestra se basó en:

- ✓ Que vivan en le canton Naranjal
- ✓ Agricultores de maracuyá
- ✓ Que no sean exportadores
- ✓ Que conozcan sobre agricultura
- ✓ Que pertenezcan a la provincial del Guayas

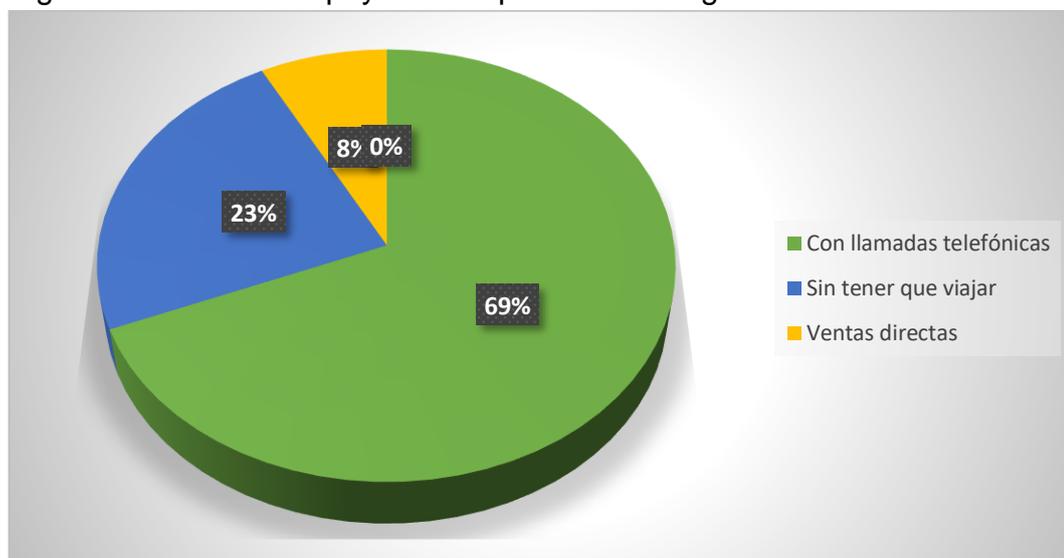
## Análisis de los resultados en la encuesta

Tabla 7: TICs con el apoyo a la expansión de negocios

| Pregunta 1   | Característica           | Frecuencia | Porcentaje |
|--|--------------------------|------------|------------|
| ¿De qué manera las TICs apoyan a la expansión de negocios a nivel internacional? | Con llamadas telefónicas | 106        | 69%        |
|  | Sin tener que viajar     | 36         | 23%        |
|  | Ventas directas          | 12         | 8%         |
|  | Total                    | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 7 TICs con el apoyo a la expansión de negocios



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

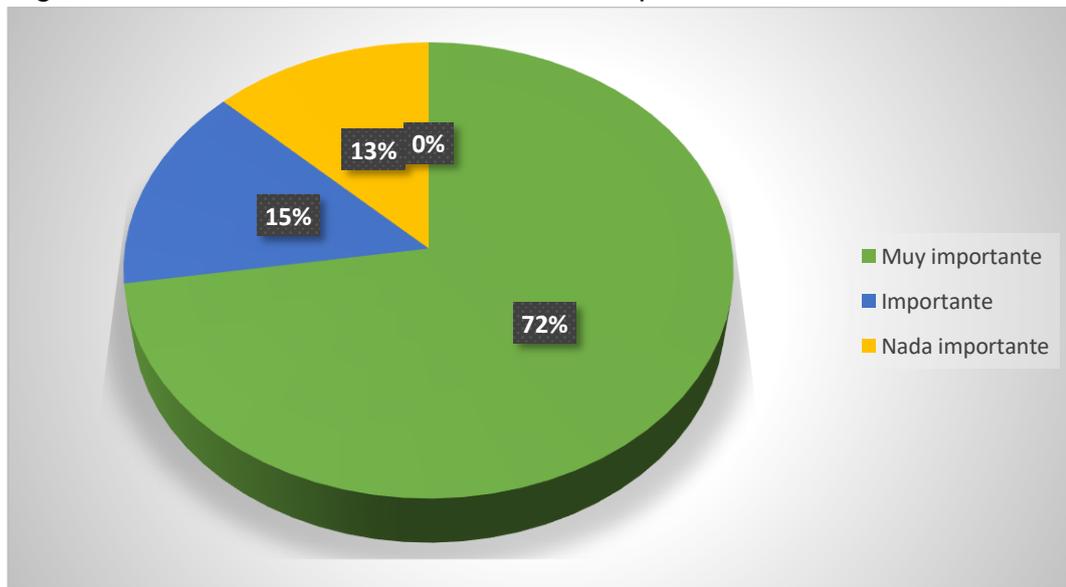
De los encuestados un 69% mencionó que las llamadas telefónicas apoyan la expansión de negocios a nivel internacional, ya que una llamada telefónica, un e – mail o cualquier forma de comunicación online genera respuestas inmediata y evita gastos de traslado y pérdida de tiempo.

Tabla 8: Las TICs en el desarrollo de las exportaciones

| Pregunta 2  | Característica  | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-----------------|------------|------------|
| ¿Qué papel juegan las TICs en el desarrollo de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador? | Muy importante  | 119        | 72%        |
|   | Importante      | 24         | 15%        |
|   | Nada importante | 21         | 13%        |
|   | Total           | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 8 Las TICs en el desarrollo de las exportaciones



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los 32 encuestados, el 72% indicó que es muy importante conocer lo que pueden aportar las telecomunicaciones en el desarrollo de los negocios, en este caso de la maracuyá.

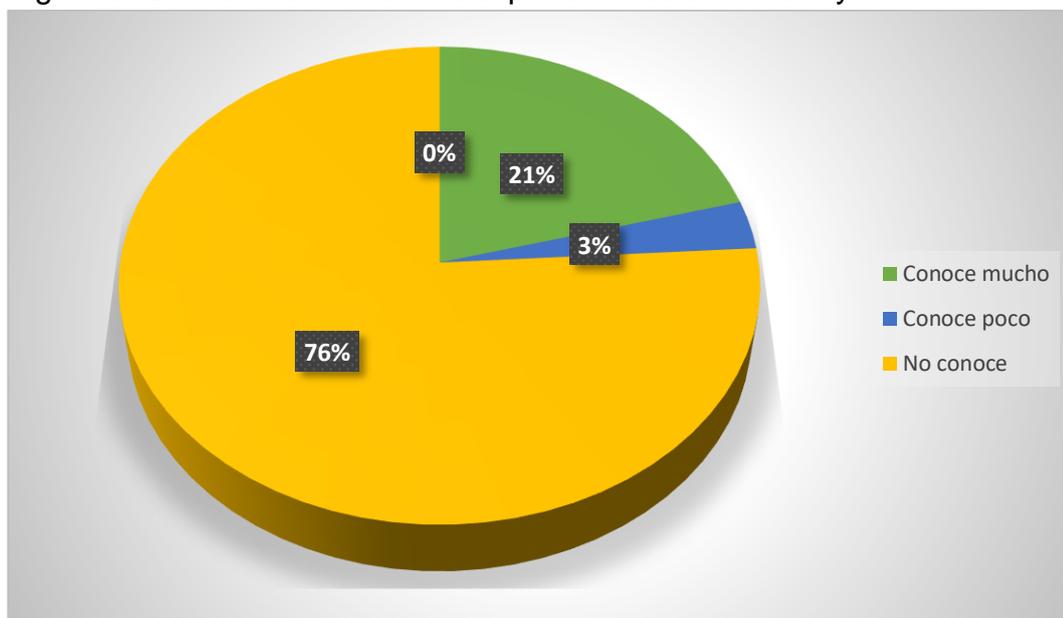
En conclusión consideran que las TICs permiten impulsar las negociaciones en forma directa y con mejor costo del producto, por lo que es un gran apoyo en el proceso de venta y comercialización beneficiando a los agricultores.

Tabla 9: Situación actual de las exportaciones de maracuyá

| Pregunta 3   | Característica | Frecuencia | Porcentaje |
|--|----------------|------------|------------|
| ¿Cuál es la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador? | Conoce mucho   | 32         | 21%        |
|  | Conoce poco    | 5          | 3%         |
|  | No conoce      | 117        | 76%        |
|  | Total          | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 9 Situación actual de las exportaciones de maracuyá



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los 32 encuestados, el 21% indicó que conoce mucho sobre la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador, lo que genera oportunidades para el desarrollo de nuevas propuestas de comercialización de los productos que cultivan.

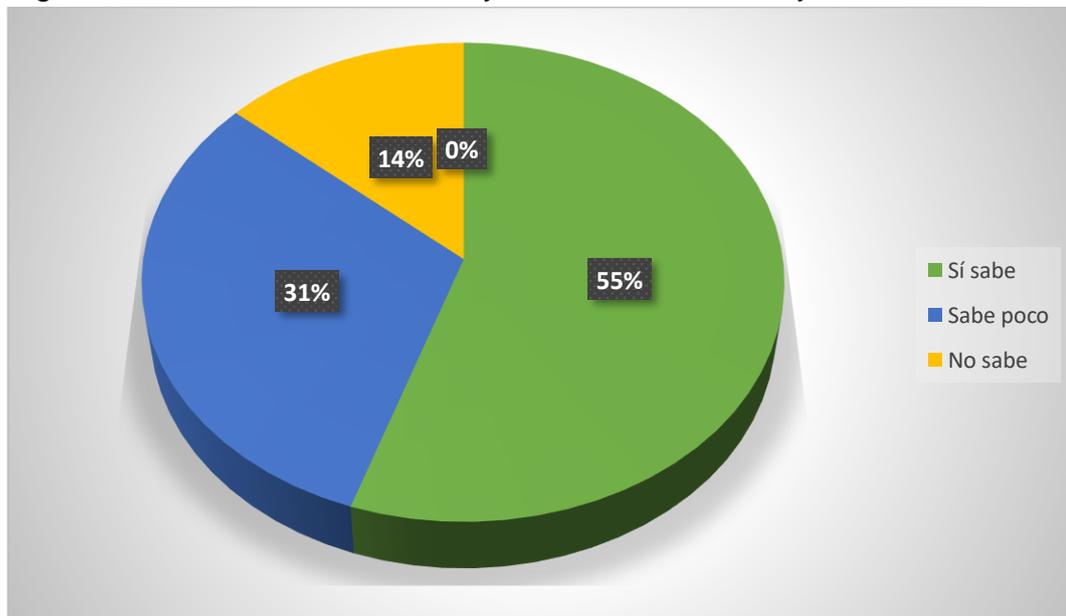
En conclusión el conocimiento sobre la situación actual de las exportaciones permite considerar una opción para emprender nuevas formas de hacer negocios.

Tabla 10: Producción de maracuyá en el cantón Naranjal

| Pregunta 4   | Característica | Frecuencia | Porcentaje |
|--|----------------|------------|------------|
| ¿A cuánto asciende aproximadamente la producción de maracuyá en el sector de Naranjal? | Sí sabe        | 85         | 55%        |
|  | Sabe poco      | 48         | 31%        |
|  | No sabe        | 21         | 14%        |
|  | Total          | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 10 Producción de maracuyá en el cantón Naranjal



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los 32 encuestados, el 55% dijo que conoce aproximadamente cuanto producen, pero que estadísticamente, con datos reales de alguna institución del gobierno no conocen, sino por las ventas y por el boca a boca.

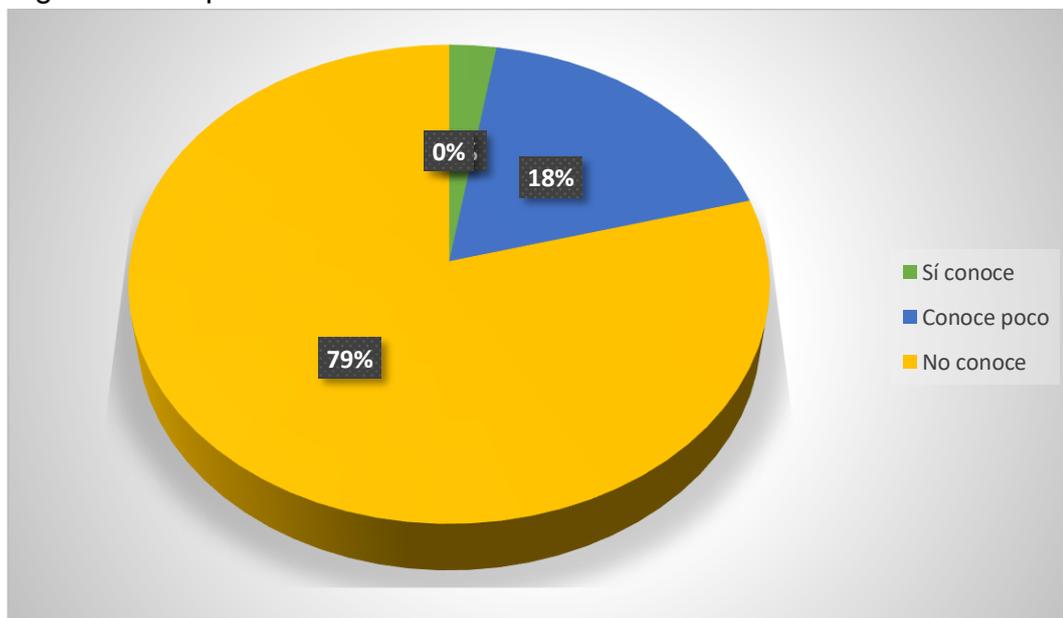
Consideran que Naranjal es una zona que está despegando en el cultivo de maracuyá y que por el momento no cuentan con el apoyo de nadie y el cultivo lo hacen artesanalmente.

Tabla 11: Requerimiento en el mercado internacional

| Pregunta 5   | Característica | Frecuencia | Porcentaje |
|--|----------------|------------|------------|
| ¿Conoce usted cuáles son los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez de la maracuyá? | Sí conoce      | 4          | 3%         |
|  | Conoce poco    | 28         | 18%        |
|  | No conoce      | 122        | 79%        |
|  | Total          | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 11 Requerimiento en el mercado internacional



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los agricultores encuestados, el 79% expresó que desconocen los requerimientos del mercado en cuando a la madurez y calidad de la fruta.

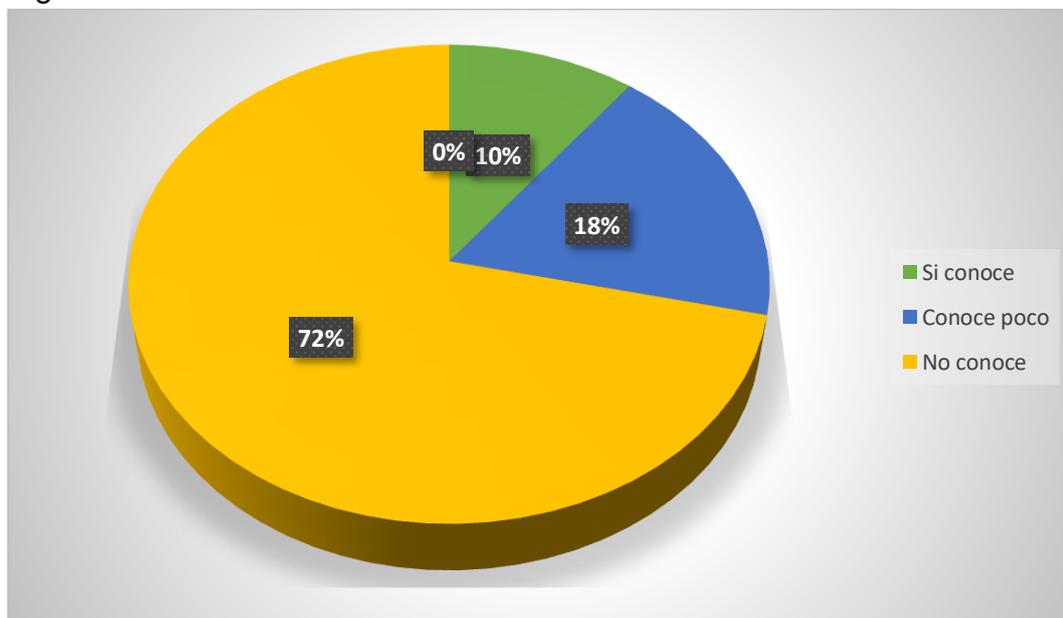
Se concluye que los agricultores de maracuyá del cantón Naranjal requieren de capacitaciones que le permitan conocer los requerimientos del mercado internacional, uno de los lineamientos son los que direcciona las normas del Codex stan 316 – 2014.

Tabla 12: Las relaciones comerciales utilizando las TICs

| Pregunta 6  | Característica | Frecuencia | Porcentaje |
|---|----------------|------------|------------|
| ¿Conoce usted cómo los agricultores de maracuyá del sector de Naranjal pueden iniciar relaciones comerciales utilizando las TICs? | Si conoce      | 16         | 10%        |
|   | Conoce poco    | 28         | 18%        |
|   | No conoce      | 110        | 72%        |
|   | Total          | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 12 Las relaciones comerciales utilizando las TICs



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los 32 agricultores encuestados, el 72% manifestó que no conocen la forma como pueden iniciar relaciones comerciales utilizando las TICs, por lo tanto se requiere la capacitación para que conozcan las ventajas de vender su producción a mejor precio.

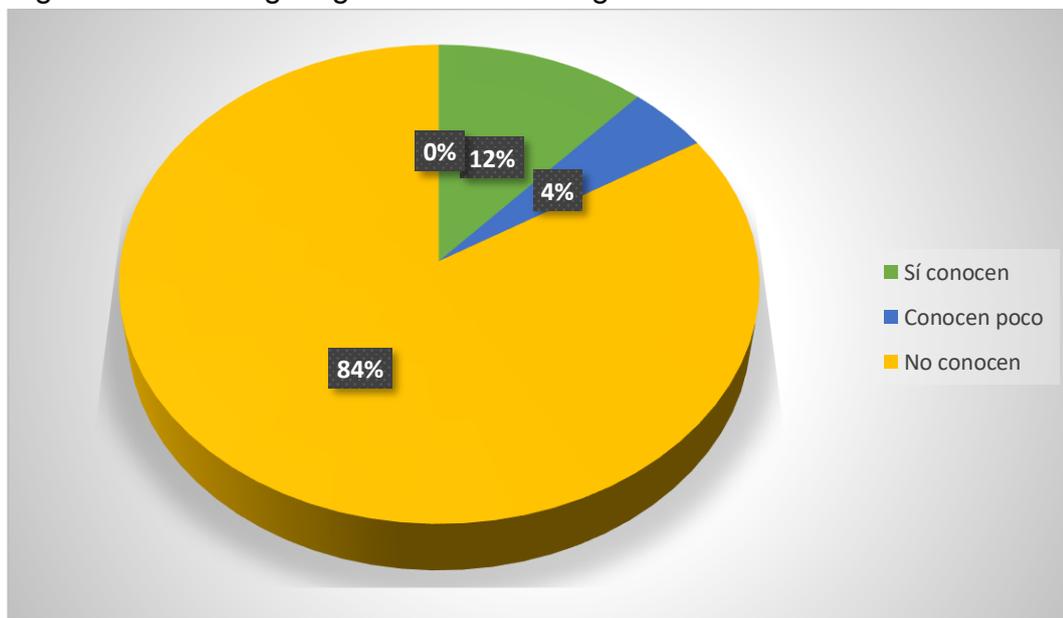
En conclusión el uso de las telecomunicaciones permitirá ampliar y aperturar nuevos negocios en el mercado internacional de las ventas de maracuyá.

Tabla 13: Estrategias globales en los negocios internacionales

| Pregunta 6   | Característica | Frecuencia | Porcentaje |
|--|----------------|------------|------------|
| ¿Qué estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales pueden utilizar los agricultores de maracuyá del cantón Naranjal? | Sí conocen     | 18         | 12%        |
|  | Conocen poco   | 7          | 4%         |
|  | No conocen     | 129        | 84%        |
|  | Total          | 154        | 100%       |
|  |                |            |            |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 13 Estrategias globales en los negocios internacionales



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los 32 encuestados, el 84% de los agricultores de maracuyá del Cantón Naranjal no conoce las estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales, por lo tanto se justifica la propuesta investigativa.

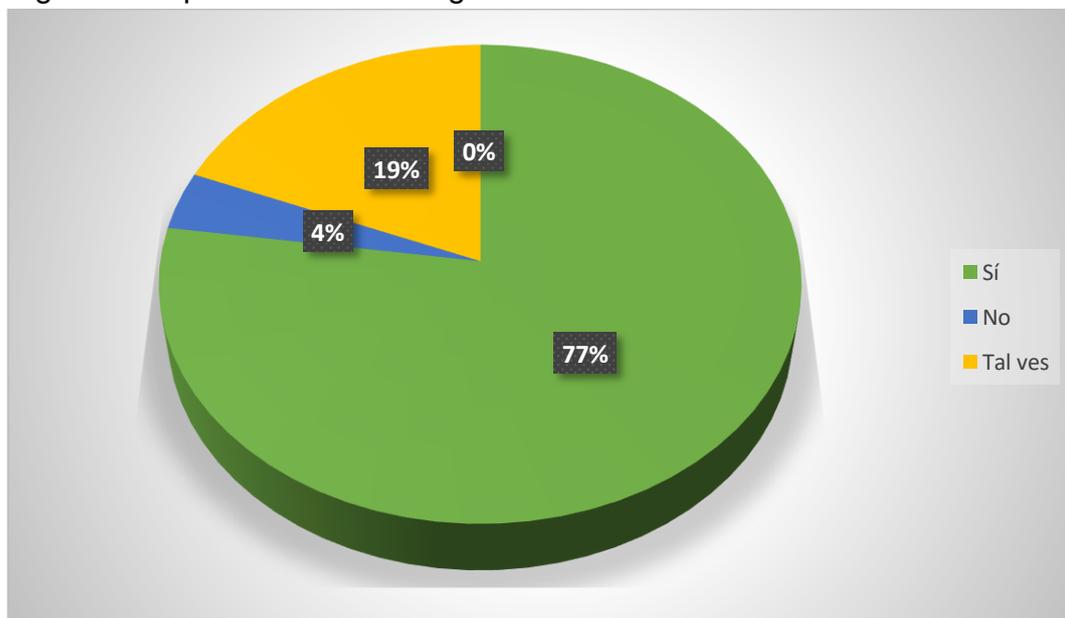
En conclusión los agricultores necesitan conocer los beneficios de las telecomunicaciones para realizar negocios que beneficien su economía y les permita mejorar y tecnificar los cultivos de maracuyá en la zona.

Tabla 14: Aporte de la tecnología a la comercialización

| Pregunta 7   | Característica | Frecuencia | Porcentaje |
|--|----------------|------------|------------|
| ¿Usted cree que la tecnología aportará un valor agregado a la comercialización de maracuyá en la zona de Naranjal? | Sí             | 119        | 77%        |
|  | No             | 6          | 4%         |
|  | Tal ves        | 29         | 19%        |
|  | Total          | 154        | 100%       |
|  |                |            |            |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 14 Aporte de la tecnología a la comercialización



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los agricultores encuestados, el 77% consideró que la tecnología si aporta un valor agregado a la comercialización de maracuyá en la zona de Naranjal, lo que beneficiará en la obtención de mejores ganancias, evitando los intermediarios.

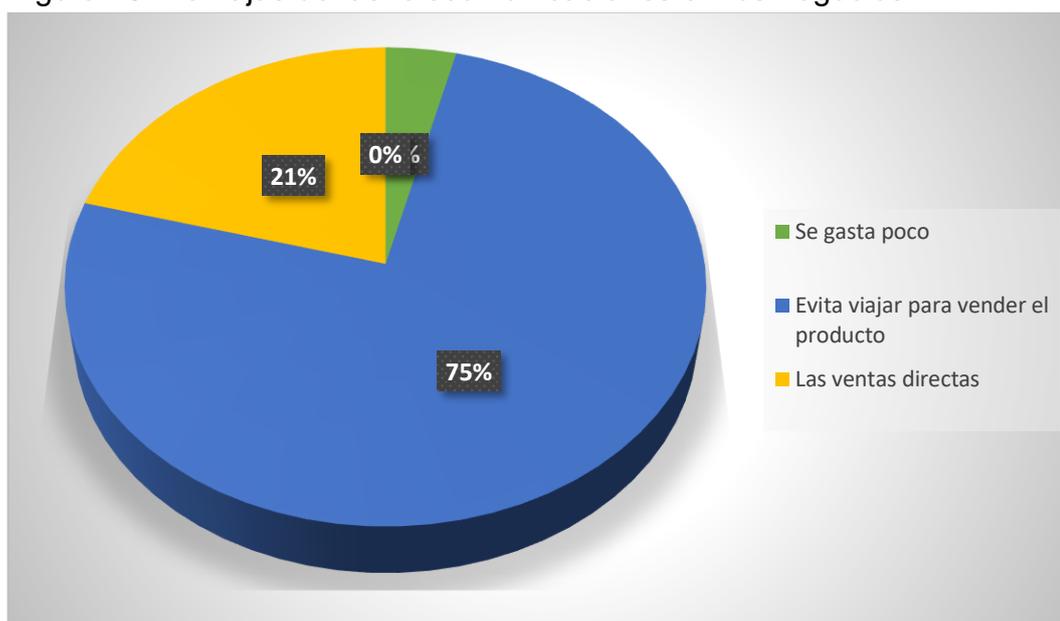
Se concluye que la tecnología aporta a que las negociaciones reduzcan las ganancias que se llevan los intermediarios. Por lo tanto las TICs aportan a mejorar los ingresos de los agricultores.

Tabla 15: Ventajas de las telecomunicaciones en los negocios

| Pregunta 8   | Característica                       | Frecuencia | Porcentaje |
|--|--------------------------------------|------------|------------|
| ¿Qué ventajas proporciona el uso de las telecomunicaciones en el desarrollo de negocios? | Se gasta poco                        | 6          | 4%         |
|  | Evita viajar para vender el producto | 116        | 75%        |
|  | Las ventas directas                  | 32         | 21%        |
|  | Total                                | 154        | 100%       |

Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

Figura 15 Ventajas de las telecomunicaciones en los negocios



Fuente: Agricultores de Naranjal  
Elaborado por Carisa Dyer Rivas

De los encuestados, el 75% indicó que las ventajas del uso de las telecomunicaciones les evitarían viajar para vender el producto, 4% considero que se gasta poco y 21% dijo que las ventas son directas, sin intermediarios. Se concluye que las TICs tiene ventajas que le aportan al crecimiento de su productividad.

## Resultados y Discusión de la investigación

Entre los resultados se consideró las respuestas de los 154 informantes, de los cuales el 69% mencionó que las llamadas telefónicas apoya la expansión de negocios a nivel internacional, ya que una llamada telefónica, un e – mail o cualquier forma de comunicación online genera respuestas inmediata y evita gastos de traslado y pérdida de tiempo, por lo que importante el uso de las telecomunicaciones en el desarrollo de los negocios. En este contexto se puede resaltar que el 21% de los encuestados conocen mucho sobre la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador, lo que genera oportunidades para el desarrollo de nuevas propuestas de comercialización de los productos que cultivan.

De los 32 encuestados, el 55% dijo que conoce aproximadamente cuanto producen, pero que estadísticamente, con datos reales de alguna institución del gobierno no conocen, sino por las ventas y por el boca a boca. Además el 79% expresó que desconocen los requerimientos del mercado en cuando a la madurez y calidad de la fruta. Se concluye que los agricultores de maracuyá del cantón Naranjal requieren de capacitaciones que le permitan conocer los requerimientos del mercado internacional, uno de los lineamientos son los que direcciona las normas del Codex stan 316 - 2014.

De los 32 agricultores encuestados, el 72% manifestó que no conocen la forma como pueden iniciar relaciones comerciales utilizando las TICs, por lo tanto se requiere la capacitación para que conozcan las ventajas de vender su producción a mejor precio; y desconocen las estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales. De la misma manera el 75% indicó que las ventajas del uso de las telecomunicaciones les evitarían viajar para vender el producto, se gastaría poco dinero y generaría ventas directas.

## **Capítulo III**

### **Propuesta**

Plan de mejora para agilizar los negocios internacionales en la exportación de maracuyá producido por los agricultores del cantón Naranjal

#### **3.1 Antecedentes**

Naranjal es un cantón de la provincia del Guayas que se identifica por su gente y su tierra rica para la agricultura de productos como el cacao, banano, maracuyá, verde, yuca, entre otros, que aportan al desarrollo económico del cantón. Actualmente se impulsa el cultivo de maracuyá en varias zonas de la provincia de Manabí y Guayas impulsada por varios proyectos apoyados por el Magap. Iniap y Corpei.

Los agricultores naranjaleños son gente trabajadora que ve en el cultivo de la maracuyá una oportunidad de diversificar sus ingresos, sin embargo no cuentan con capacitaciones de comercializar su producción a empresas que pueden ligarlo con las exportaciones y así obtener buen costo por el producto. Lo ideal es que las asociaciones empiecen acoger las ventajas que tienen las TICs para desarrollar un proyecto de exportación de la pulpa de maracuyá.

Una de las mejores ventajas que tiene Naranjal para el cultivo de maracuyá es la ubicación geográfica, el clima y la tierra rica en nutrientes que inciden en la producción, por lo tanto se debe acoger de estas ventajas para el desarrollo de productos de exportación de la fruta sin intermediarios.

### **3.2 Justificación**

Las telecomunicaciones forman parte importante en la vida cotidiana de los ecuatorianos, cada día el nivel de impacto es mayor, lo que genera ventajas en la comunicación eficaz y eficiente de quienes lo utilizan en forma adecuada. En el mundo de los negocios la influencia es alta, hoy en día se evidencia que las organizaciones cierran negocios desde un computador con total seguridad por el avance tecnológico en teléfonos y computadoras que con el uso de la internet logran gran impacto en la población, lo que justifica en forma teórica la propuesta.

Para observar el desarrollo de negocios internacionales se requiere del conocimiento y manejo de los diversos medios de comunicación digitales por lo tanto se debe conocer su manejo para aprovechar las ventajas de realizar negocios vía online. Entonces, se requiere del apoyo metodológico de una investigación que indague el grado de aceptación de las TICs como forma de hacer negocio.

El estudio es pertinente por lo actual y el desarrollo constante de las telecomunicaciones, es relevante por no se han realizado estudios similares.

### **3.3 Objetivo General de la propuesta**

Plantear a los agricultores asociados de maracuyá que exporten el producto con el apoyo de entidades gubernamentales con el aprovechamiento de las TICs en las negociaciones internacionales.

### **3.4 Objetivos Específicos de la propuesta**

- Investigar los pasos que requieren cumplir para la exportación de maracuyá como producto alimentario
- Identificar el proceso de exportación utilizando las TICs
- Capacitar a los agricultores en el manejo de las TICs

### **3.5 Misión de la propuesta**

Participar en las exportaciones de maracuyá con un producto de calidad, con el respeto a las normas de cultivo y el cuidado al medio ambiente.

### **3.6 Visión de la propuesta**

En el año 2017 con las negociaciones, mediante el uso de las TICs el sector agrícola de maracuyá del cantón Naranjal exportará un producto de calidad.

### **3.7 Valores corporativos de la propuesta**

Entre los valores corporativos se propone:

- Calidad del producto,
- Sostenibilidad ambiental,
- Respeto a las leyes de exportación,
- Cumplimiento a los procesos

### 3.8 Oportunidad de negocio FODA

La elaboración para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas se las puede visualizar en la siguiente figura:

Figura 16: FODA



Fuente: Investigación  
Elaborado por Carisa Dyer

**Fortalezas:** Son determinadas por el gran número de exportaciones de los productos no tradicionales del Ecuador.

**Debilidades:** Se identifica el desconocimiento de los agricultores del Cantón Naranjal para exportar maracuyá.

**Oportunidades:** Es el uso de las telecomunicaciones para la exportación

**Amenazas:** Se observa que si no se toman las decisiones adecuadas se da la oportunidad de que entren intermediarios en la cadena de comercialización del producto.

### 3.9 Utilización de las TICs para la información

Con el uso de las TICs el agricultor podrá tener acceso a la información presentadas en sitios web de organismos internos nacionales dedicados a la mejora de los procesos de importación y exportación de productos, entre ellos se encuentran: ProEcuador y Corpei. La información a la que se accede utilizando las TICs es importante para obtener datos, estudios y oportunidades de desarrollo, en la página [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec).

## CURSO DE CAPACITACIÓN

PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL

**SÁBADO 19 DE NOVIEMBRE DEL 2016**

**9 A.M. CENTRO AGRÍCOLA “NARANJAL”**

AV. PRINCIPAL / CANTÓN NARANJAL – PROVINCIA DEL GUAYAS

Con el auspicio de:



PARA MÁS INFORMACIÓN, CONTACTE CON: CARISA DYER 0939479726  
E- MAIL: CARISADR@HOTMAIL.COM

### 3.10 Contenido de la capacitación

|   |  |   |
|---|--|---|
| CURSO<br>DE<br>CAPACITACIÓN   |  <p><b>TEMA:<br/>PLAN DE MEJORA PARA<br/>AGILIZAR LOS NEGOCIOS<br/>INTERNACIONALES EN<br/>LA EXPORTACIÓN DE<br/>MARACUYÁ PRODUCIDO<br/>POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN<br/>NARANJAL</b></p> | 1 |
| Noviembre/ 2016   | Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS   |   |
| <p><b>Objetivos:</b> Plantear a los agricultores asociados de maracuyá que exporten el producto con el apoyo de entidades gubernamentales y aprovechen las ventajas de las TICs en las negociaciones internacionales</p> <p><b>Alcance:</b> Agricultores de maracuyá</p> <p><b>Requisitos:</b></p> <p>Hombres y mujeres</p> <p>Ser agricultores</p> <p>Que siembren maracuyá</p> <p><b>Temporalidad:</b></p> <p>Desde 2016 hasta 2017</p> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |  |   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| CURSO<br>DE<br>CAPACITACIÓN   |  <p><b>TEMA:<br/>PLAN DE MEJORA PARA<br/>AGILIZAR LOS NEGOCIOS<br/>INTERNACIONALES EN LA<br/>EXPORTACIÓN DE<br/>MARACUYÁ PRODUCIDO<br/>POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN<br/>NARANJAL</b></p> | 2 |
| Noviembre/ 2016   | Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS   |   |
| <p><b>TEMAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ De las preferencias hacia la calidad de productos para exportar</li> <li>➤ Requisitos para obtener el pre- certificado o certificado sanitario</li> <li>➤ Subproceso Acceso a Mercados Internacionales</li> <li>➤ Renovación de registro en AGROCALIDAD</li> <li>➤ Registro en AGROCALIDAD de operador de ornamentales u otros productos de exportación</li> <li>➤ Partida arancelaria 20.09.08</li> <li>➤ Proceso de exportación</li> <li>➤ Como se obtiene el registro de exportador</li> <li>➤ Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS</li> <li>➤ Políticas establecidas para la exportación</li> </ul> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |  |   |

|   |          |
|---|----------|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p>  <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>   | <p>3</p> |
| <p><b>De las preferencias hacia la calidad de productos para exportar</b><br/>         Toda la guía hacia la calidad la tiene normada el organismo ecuatoriano Agro calidad, en la que expone el proceso operativo y documental para exportar productos alimentarios.</p> <p>Requisitos para establecer Estatus Fitosanitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Solicitud del interesado en el cual se mencione lo siguiente:</li> <li>➤ Nombre: Manuel Ángel Rugel Rivas</li> <li>➤ Representante legal: Ab. Edwin Alberto Zambrano Rodríguez</li> <li>➤ Producto a exportar: Pulpa de maracuyá</li> <li>➤ País de destino: Perú</li> <li>➤ Dirección postal: 395 – 103</li> <li>➤ Teléfono: 0939459687 – 04 (2) 502 -404</li> <li>➤ Correo electrónico: <a href="mailto:manuelrugel2@yahoo.com">manuelrugel2@yahoo.com</a></li> </ul> <p>Datos importantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No tiene costo.</li> <li>➤ Finalización documento.</li> <li>➤ Tiempo estimado del trámite: 2 meses.</li> <li>➤ Servicio sin costo.</li> </ul> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |          |
| <p><b>NARANJAL -ECUADOR</b></p>   |          |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p>  <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>   | 4 |
| <p>Requisitos para obtener el pre- certificado o certificado sanitario de exportación - Solicitud dirigida a la Dirección Ejecutiva de AGROCALIDAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inspección sanitaria de centro de producción o de establecimiento de procesamiento de productos por un técnico de AGROCALIDAD.</li> <li>➤ Comprobante personalizado de pago original por inspección sanitaria, de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD.</li> <li>➤ Si cumple requisitos sanitarios exigidos por el país de destino, se emite el certificado de exportación del producto pecuario.</li> <li>➤ Tiempo aproximado del trámite: 8 días.</li> </ul> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |   |
| <p><b>NARANJAL -ECUADOR</b></p>   |   |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>TEMA:</b><br/><b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>Noviembre/ 2016</p>  | 5 |
| <p style="text-align: center;"><b>Subproceso Acceso a Mercados Internacionales</b></p> <p>Requisitos para exportación de productos vegetales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro en AGROCALIDAD de operador de ornamentales u otros productos de exportación.</li> <li>➤ Certificación en protocolos especiales para ornamentales según el país de destino. - Inspección fitosanitaria del productos de exportación (en puerto marítimo, aeropuerto internacional, paso fronterizo, lugar de producción, empacadora o centro de acopio).</li> <li>➤ Cumplimiento de la normativa sobre embalajes de madera (observación en los embalajes, sellos de tratamiento de las empresas registradas en AGROCALIDAD).</li> <li>➤ Obtención del certificado fitosanitario de exportación CFE, obtenido en AGROCALIDAD en puerto de embarque (marítimo, aeropuerto internacional o paso fronterizo).</li> </ul> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |   |
| <p><b>NARANJAL -ECUADOR</b></p>   |   |

|   |          |
|---|----------|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p> <div data-bbox="691 398 956 555" data-label="Image">  </div> <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>   | <p>6</p> |
| <p><b>Renovación de registro en AGROCALIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Solicitud de acuerdo a los formatos de los siguientes links, según el caso:<br/> <a href="http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/SOLICITUD_OPERADOR_ORNAMENTAL_07122010.xls">http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/SOLICITUD_OPERADOR_ORNAMENTAL_07122010.xls</a> (ANEXO 11)</li> </ul> <p><a href="http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/Solicitud_Registro_Operador_Exportacion_29122010.xls">http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/Solicitud_Registro_Operador_Exportacion_29122010.xls</a> (ANEXO 12)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Copia del RUC.</li> <li>➤ Copia de la cédula de identidad del representante legal.</li> <li>➤ Copia de la constitución de la empresa o del representante legal de la misma (si hubiera cambios).</li> <li>➤ Comprobante personalizado de pago original de acuerdo al tarifario vigente de AGROCALIDAD y según el producto a exportar.</li> <li>➤ Duración aproximada del trámite: 8 días</li> </ul> <p>Con el auspicio de:</p> <div data-bbox="352 1720 1316 1798" data-label="Image">  </div> |          |
| <p>NARANJAL –ECUADOR</p>  |          |

**CURSO DE CAPACITACIÓN**

7

**TEMA:  
PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES  
EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS  
AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL**



Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS  
Noviembre/ 2016

**Uso de las TICs:** Registro en AGROCALIDAD de operador de ornamentales u otros productos de exportación

- Solicitud de registro de operador para exportación de ornamentales de acuerdo al formato ubicado en el siguiente link: - [http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/SOLICITUD\\_OPERADOR\\_ORNAMENTAL\\_07122010.xls](http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/SOLICITUD_OPERADOR_ORNAMENTAL_07122010.xls) (ANEXO 11).
- Solicitud de registro de operador para exportación de otros productos de acuerdo al formato ubicado en el siguiente link: - [http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/Solicitud\\_Registro\\_Operador\\_Exportacion\\_29122010.xls](http://www.Agrocalidad.gov.ec/vegetal/Solicitud_Registro_Operador_Exportacion_29122010.xls) (ANEXO 12). -
- Copia del RUC actualizado.
- Certificado original actualizado de nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito en el registro mercantil (para personas jurídicas).
- Copia de la constitución legal de la empresa (para personas jurídicas).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal. - Croquis de ubicación del lugar de producción (finca) o centro de acopio
- Reporte favorable de inspección del lugar de producción o centro de acopio (obtenido en las coordinaciones provinciales de AGROCALIDAD).
- Comprobante personalizado de pago original de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD y según el producto a exportar.
- Duración aproximada del trámite: 30 días.
- El registro de operador de ornamentales tiene una vigencia de 1 año y de otros productos de exportación 2 años.

Con el auspicio de:



NARANJAL - ECUADOR

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>  |  | 8 |
| <p><b>Partida arancelaria 20.09. 08</b></p>   |  |   |
| <p><b>Sección IV :</b></p>  | <p>PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS</p>  |   |
| <p><b>Capítulo 20 :</b></p>   | <p>Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas</p>  |   |
| <p><b>Partida Sist. Armonizado 2009 :</b></p>   | <p>Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas (incluso silvestres), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.</p> |   |
| <p><b>SubPartidaSist. Armoniz. 200980 :</b></p>   | <p>- Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza (incluso silvestres):</p>   |   |
| <p><b>SubPartida Regional 20098012 :</b></p>  | <p>--- De `maracuyá` (parchita) (Passifloraedulis)</p>   |   |
| <p><b>Fuente:</b> PROECUADOR, "Servicio de Asesoría al Exportador (SAE)", Guayaquil – Ecuador, Año 2012</p>   |  |   |
| <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |  |   |
| <p><b>NARANJAL -ECUADOR</b></p>   |  |   |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>TEMA:</b><br/><b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>Noviembre/ 2016D</p>   | 9 |
| <p><b>Políticas establecidas para la exportación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ruc del exportador</li> <li>➤ Factura comercial original</li> <li>➤ Autorizaciones previas si se lo requiere</li> <li>➤ Certificado de origen si se lo requiere</li> <li>➤ Registro como exportador página web <a href="http://www.senae.gob.ec">www.senae.gob.ec</a></li> <li>➤ Documento de transporte</li> <li>➤ Trámites de pre- embarque</li> <li>➤ Trámite de post embarque</li> </ul> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |   |
| <p><b>NARANJAL -ECUADOR</b></p>   |   |

|   |           |
|---|-----------|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPDORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>   | <p>10</p> |
| <p>Como se obtiene el registro de exportador<br/>         Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:</p> <p><b>Paso 1</b><br/>         Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:<br/>         Banco Central del Ecuador: <a href="http://www.eci.bce.ec/web/guest/SecurityData">http://www.eci.bce.ec/web/guest/SecurityData</a>: <a href="http://www.securitydata.net.ec/">http://www.securitydata.net.ec/</a></p> <p><b>Paso 2</b><br/>         Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<a href="http://www.ecuapass.aduana.gob.ec">http://www.ecuapass.aduana.gob.ec</a>)<br/>         Aquí se podrá:<br/>         Actualizar base de datos<br/>         Crear usuario y contraseña<br/>         Aceptar las políticas de uso<br/>         Registrar firma electrónica<br/>         Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS (Es el Nuevo Sistema Aduanero del país, que permitirá a todos los Operadores Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación) (ProEcuador, 2016)<br/>         El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:<br/>         Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.<br/>         Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.<br/>         Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |           |
| <p><b>NARANJAL -ECUADOR</b></p>   |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p>  <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>  | <p>11</p> |
| <p>Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS Entre los documentos se encuentran:<br/>         Factura comercial original.<br/>         Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).<br/>         Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)<br/>         Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.<br/>         Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:<br/>         Canal de Aforo Documental<br/>         Canal de Aforo Físico Intrusivo<br/>         Canal de Aforo Automático<br/>         Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.<br/>         En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.<br/>         En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.<br/>         Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.</p> <p>Con el auspicio de:</p>  |           |
| <p>NARANJAL -ECUADOR</p>   |           |

|  |    |
|--|----|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>TEMA:</b><br/><b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>Noviembre/ 2016</p>   | 12 |
| <p><b>Declaración Aduanera de Exportación</b></p> <p>Sistema ECUAPASS para el proceso de Exportación se elimina la Orden de Embarque (15), solo deberá realizarse la Declaración Aduanera de Exportación (DAE 40)</p> <p>Con el sistema SICE la Declaración de Exportación se presentaba después de la salida de las mercancías del aeropuerto o puerto.</p> <p>La DAE con el sistema ECUAPASS establece que el primer paso para realizar la Declaración de Exportación es la presentación de la DAE.</p> <p>Con el Sistema ECUAPASS una vez que la mercancía haya ingresado al Depósito temporal se procederá al Aforo de la Mercancía.</p> <p>Con el sistema ECUAPASS Luego del Aforo respectivo se procede a la Salida de la Mercancía y por paso Final se realiza la presentación del Manifiesto.</p> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;">      </div> |    |

NARANJAL -ECUADOR

|   |           |
|---|-----------|
| <p><b>CURSO DE CAPACITACIÓN</b></p> <p><b>TEMA:</b><br/> <b>PLAN DE MEJORA PARA AGILIZAR LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ PRODUCIDO POR LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN NARANJAL</b></p>  <p>Responsables: Miembros del MAGAP, CORPEI Y ADUANAS<br/>         Noviembre/ 2016</p>   | <p>13</p> |
| <p><b>Proceso de exportación</b></p> <p>Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.</p> <p>Los datos que se consignarán en la DAE son:</p> <p>Del exportador o declarante</p> <p>Descripción de mercancía por ítem de factura</p> <p>Datos del consignante</p> <p>Destino de la carga</p> <p>Cantidades</p> <p>Peso; y demás datos relativos a la mercancía.</p> <p>Con el auspicio de:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div> |           |

NARANJAL -ECUADOR

## Conclusiones

Las conclusiones se basan en los objetivos generales y específicos de la investigación.

Se concluye que las oportunidades en el mercado internacional para la exportación de la producción de maracuyá, mediante la utilización de las TICs en los procesos de negociación son factible por la apertura de los entes gubernamentales ProEcuador y CORPEI en el proceso de las exportaciones de los productos no tradicionales.

En el diagnóstico de la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador, a través de una investigación bibliográfica para sustentar los datos se concluye que el uso de las TICs en el manejo de negocios internacionales es una oportunidad que no está aprovechándose por parte de los agricultores naranjaleños.

De acuerdo con los datos de los agricultores encuestados se desconoce la producción total de maracuyá en el sector de Naranjal. Los datos recolectados solo indican que las ventas y productividad se lo llevan en forma artesanal, sin ningún control.

Quedan establecidas las exigencias en los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez del producto maracuyá. (ver propuesta)

Al determinar las estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales, se recomienda la visita de las diversas páginas web expuestas en la investigación.

## **Recomendaciones**

Las recomendaciones se detallan a continuación:

Capacitar a los agricultores del cantón Naranjal con el objetivo de dar a conocer las oportunidades en el mercado internacional para la exportación de la producción de maracuyá, mediante la utilización de las TICs en los procesos de negociación.

Mediante talleres informar la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador con el objetivo de integrarlos a programas de incentivos al mejoramiento de la producción y comercialización directa del producto.

Realizar un censo para determinar la producción real de maracuyá en el sector de Naranjal.

Dar a conocer por medio de talleres a los agricultores naranjaleños los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez del producto maracuyá con el objetivo de competir con otros países.

Impartir cursos sobre las estrategias globales de comunicación, enfatizando la importancia de utilizar las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales.

## Bibliografía

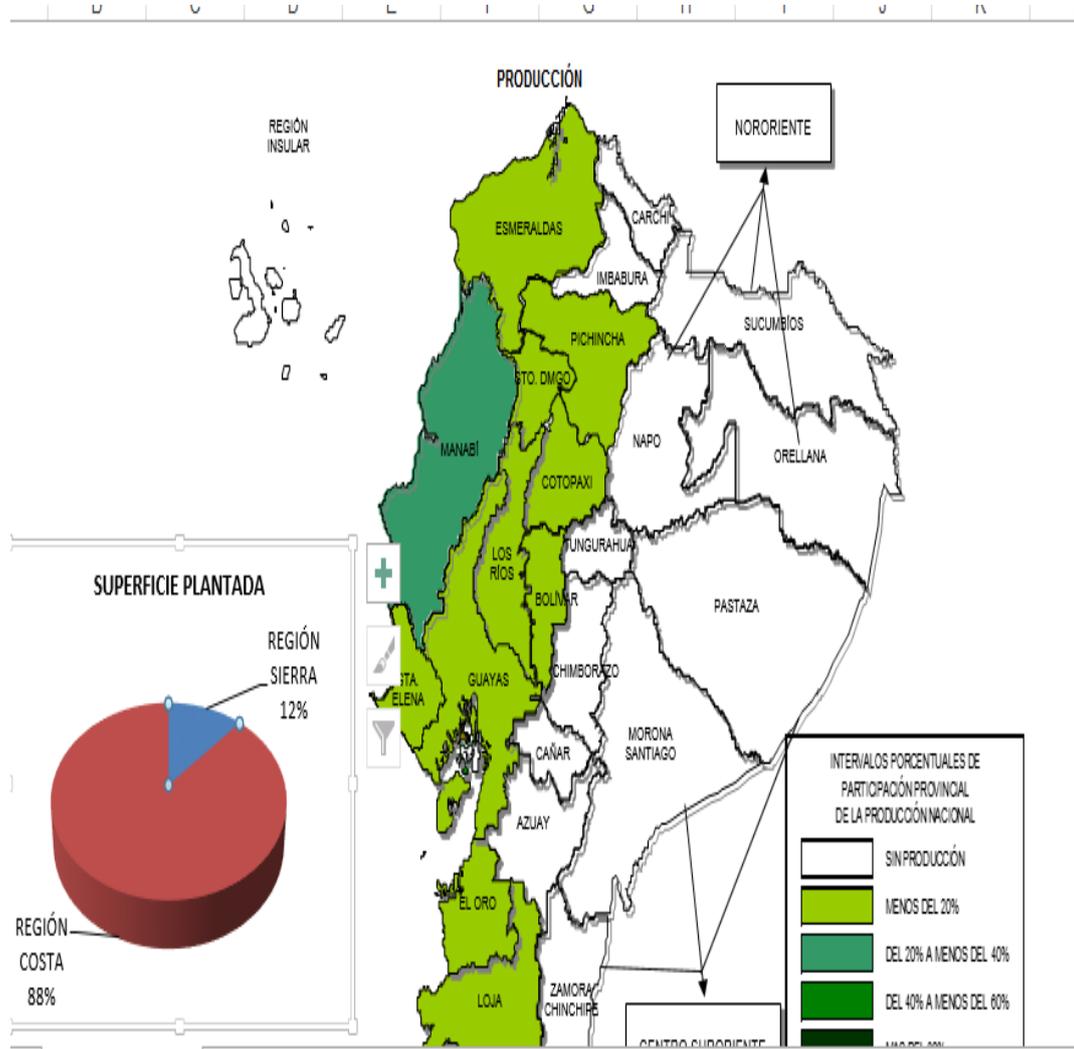
- Agrocalidad. (16 de Diciembre de 2016). Obtenido de [http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe\\_inteligencia\\_de\\_mercado\\_maracuya.pdf](http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe_inteligencia_de_mercado_maracuya.pdf):  
[http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe\\_inteligencia\\_de\\_mercado\\_maracuya.pdf](http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe_inteligencia_de_mercado_maracuya.pdf)
- Arcotel. (13 de Agosto de 2016). Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/estadisticas-2/>
- Arias, C., & Toledo, J. (2015). *MANUAL DE MANEJO POSTCOSECHA DE FRUTAS TROPICALES*. Roma.
- Ca'Zorxi, A. (2011). *Las TIC en el desarrollo de la pyme*. <http://pymespracticas.typepad.com/files/tic-y-pymes-en-al-final-2011.pdf>.
- Chehab, C. (2 de Diciembre de 2016). Obtenido de [radiohuancavilca.com.ec/noticias/2014/09/22/lanzamiento-del-taller-plan-de-mejoa-competitiva-pmc-de-la-cadena-maracuyá](http://radiohuancavilca.com.ec/noticias/2014/09/22/lanzamiento-del-taller-plan-de-mejoa-competitiva-pmc-de-la-cadena-maracuyá)
- CINU. (12 de Agosto de 2016). Obtenido de <http://www.cinu.mx/temas/desarrollo-economico/transporte-comunicaciones-y-de/>
- Conatel. (26 de agosto de 2016). Obtenido de página web oficial del CONATEL y SENATEL: <https://rebecajui.wordpress.com/2008/08/30/historia-de-las-telecomunicaciones-en-el-ecuador/>
- Corpei. (2 de Diciembre de 2016). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2005/03/07/0001/9/DE8D803151074D3B8A0521BB4C53834D.html>

- ESPAC. (2012). *Encuesta de superficie y producción agrícola continua*. Quito.
- Gómez. (2012).
- Hargadon, B., & Armando Múnera . (2011). *Principios de contabilidad* . Colombia: Norma.
- Hernández, R. (2012). *Metodología de la Investigación. Cuarta edición*. México: MacGraw Hill.
- INEC - ESPAC. (2011). Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/espac\\_publicaciones/espac-2011/](http://www.inec.gob.ec/espac_publicaciones/espac-2011/)
- Información, M. d. (2014). *Tecnologías de la información y comunicaciones para el desarrollo*. Quito: S/E.
- INIAP. (2 de Diciembre de 2016). Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/rmaracuya>
- Inversiones, D. d. (23 de Agosto de 2016). Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2012\\_FRUTAS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf)
- Kotler, & Keller. (2012). *Dirección del Marketing, 14 edición, capítulo I*. México: Pearson Educación.
- Lucas, F., & Vareles, C. (2014). Obtenido de <file:///F:/UPS-GT001582%20maacuya.pdf>
- Matias, D. d. (22 de Julio de 2016). Obtenido de [http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT\\_01\\_15.pdf](http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_01_15.pdf)
- Mundo, A. P. (12 de Diciembre de 2016). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador - apuesta-posicionar-mundo-producción-maracuyá-mediante.alianza.publico-privada.html>

- Pacheco, O. (2014). *Fundamentación de investigación educativa*. Guayaquil: Nueva Luz.
- Pautasio, L. (16 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.telesemana.com/blog/2015/11/18/estadisticas-mercado-de-telecomunicaciones-de-ecuador/>
- Pineda, M., Díaz , A., & Pérez, A. (2014). UN SISTEMA ALTERNATIVO DE INTERCAMBIO COMERCIAL: EL COMERCIO JUSTO. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 101.
- ProEcuador. (10 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/11/05/que-es-el-ecuapass/>
- ProEcuador. (28 de Marzo de 2016). Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec\\_ic\\_06\\_63/](http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_06_63/)
- Sampieri, R. H., Carlos Fernández , & Batista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MacGraw Hill.
- Social, W. a. (12 de septiembre de 2016). Obtenido de <http://franbarquilla.com/estudio-sobre-el-estado-de-internet-y-las-redes-sociales-en-2016/>
- Soluciones, G. d. (10 de Noviembre de 2016). Obtenido de <http://www.guiadesolucionestic.com/soluciones-verticales/sector-comercio-exterior/comercio-exterior-intermediacion-aduanera/649-angelnet>
- Telégrafo, E. (15 de Diciembre de 2016). Obtenido de [www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economía/8/agricultores-buscan-impulso-para-crecer](http://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economía/8/agricultores-buscan-impulso-para-crecer)
- Valarezo, A., Valarezo, O., Mendoza, A., Alvarez, H., & Vásquez, W. (13 de Agosto de 2016). Obtenido de <http://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/1159>

## Anexos

### Anexo A Superficie plantada de maracuyá



Tomado de (ProEcuador, 2016)

## Anexo B Documentos en la web para vender el producto maracuyá

### Consultar precio



**Vivero de maracuya**  
Empresa «**Tierra Verde, Empresa**»  
Ecuador, Santo Domingo

Solicitamos el producto "Vivero de maracuya" con las siguientes características:

País fabricante: Ecuador

Cantidad:  Cantidad:  t

Periodicidad de compra:

\* Su nombre y apellido:  Nombre y apellido:

Ciudad de entrega:  Ciudad:

\* Si teléfono:  Teléfono:

\* Su correo electrónico:  E-mail:

**Enviar**

Enviando la solicitud, usted confirma que acepta las condiciones del [acuerdo de usuario](#)

### Consultar precio



**Escamas de Maracuya**  
Empresa «**Confoco, Empresa**»  
Ecuador, Guayaquil

Solicitamos el producto "Escamas de Maracuya". Por favor, envíe la cotización por el correo electrónico o llámeme al teléfono.

Cantidad:  Cantidad:  t

Periodicidad de compra:

\* Su nombre y apellido:  Nombre y apellido:

Ciudad de entrega:  Ciudad:

\* Si teléfono:  Teléfono:

\* Su correo electrónico:  E-mail:

**Enviar**

Enviando la solicitud, usted confirma que acepta las condiciones del [acuerdo de usuario](#)

Llenar los espacios y dar un clic genera mejores oportunidades de negocios

<http://www.ec.all.biz/maracuya-bgg1065250>

### Consultar precio

**Maracuyá**  
Empresa «**Quicornac, S.A**»  
Ecuador, Guayaquil

Solicitamos el producto "Maracuyá". Por favor, envíe la cotización por el correo electrónico o llámeme al teléfono.

**Cantidad:**  
Cantidad:

**\* Su nombre y apellido:**  
Nombre y apellido:

**\* Si teléfono:**  **\* Su correo electrónico:**

**Enviar**

Enviando la solicitud, usted confirma que acepta las condiciones del [acuerdo de usuario](#)

Escribiendo el mensaje:

- Preséntese;
- Solicite las características de producto y la actualidad de precio;
- Conozca las opciones de entrega o recogida del cliente, las condiciones de pago.

<http://www.ec.all.biz/maracuya-bgg1065250>

## **Anexo C Encuesta**

¿De qué manera las TICs apoyan a la expansión de negocios a nivel internacional?

¿Qué papel juegan las TICs en el desarrollo de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador?

¿Cuál es la situación actual de las exportaciones de maracuyá en el Ecuador?.

¿A cuánto asciende aproximadamente la producción de maracuyá en el sector de Naranjal?

¿Cuáles son los requerimientos del mercado internacional en cuanto a la calidad y madurez de la maracuyá?

¿Qué estrategias globales de comunicación, utilizando las TICs como fuente de información en las negociaciones internacionales pueden utilizar los agricultores de maracuyá del cantón Naranjal?

¿Cómo los agricultores de maracuyá del sector de Naranjal pueden iniciar relaciones comerciales utilizando las TICs?

¿De qué forma la tecnología aportará un valor agregado a la comercialización de maracuyá en la zona de Naranjal?

¿Qué ventajas proporciona el uso de las telecomunicaciones en el desarrollo de negocios?

## Anexo D Fotografías

### Fotografía de las plantaciones de maracuyá



### Plantaciones y fruto de maracuyá



### Florecimiento de maracuyá



Plantaciones y fruto de maracuyá



Realización de las encuestas