



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR



TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

ANÁLISIS DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMERCIO JUSTO Y
ORGÁNICO, PARA LA EXPORTACIÓN DE RAMBUTÁN (ACHOTILLO) A LA
COMUNIDAD EUROPEA.

AUTORES:

ANDRADE GONZÁLEZ GABRIELA ESTEFANÍA

MAGALLANES PIGUAVE GINGER KATHERINE

TUTOR:

ING. CARLA ANDRADE A, MGS.

GUAYAQUIL, AGOSTO 2020



REPOSITORIONACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“Análisis de las nuevas tendencias de comercio justo y orgánico para la exportación de rambután(achotillo) a la comunidad europea”.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Andrade González Gabriela Estefanía Magallanes Piguave Ginger Katherine		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tutor: Ing. Carla Andrade A. Mgs. Revisor:		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Comercio Exterior		
GRADO OBTENIDO:	Ingeniería en comercio exterior		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	90
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Exterior, Comercio justo, Exportación.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comercio justo, Demanda, Producción.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El achotillo es un fruto altamente exquisito ante el paladar de las personas, en el presente estudio se busca captar a través de la investigación que el mercado de la comunidad europea es muy apetitoso de consumir este producto por su exquisitez y su forma de presentación que es única. Además, que estos consideran mucho lo que respecta a los beneficios que otorga el consumir dicho producto, es por ello que a través de este tema de estudio se busca implementar una guía de estrategias a seguir para poder de esta manera incentivar a los pequeños productores a generar producción a escala que permita satisfacer un mercado que demanda el consumo de este fruto pero que por distintos factores se le hace difícil ser el productor del mismo. Considerando consecuentemente el análisis del comercio justo y orgánico y la aplicación de sus principios para hacer efectiva la trazabilidad del comercio internacional de la manera más convincente y que beneficie la partes.			
ADJUNTO PDF:	SI	☒	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0967815923 0981496038		E-mail: Gabriela.andradeg@ug.edu.ec Ginger.magallanespi@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: secretaria de la Facultad Teléfono:(04) 2596830-0984886566 E-mail:fca.dircomerexter@ug.edu.ec		

Certificado porcentaje de similitud

Habiendo sido nombrada **Ing. Carla Andrade A. Mgs.**, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por: **Gabriela Estefanía Andrade González con CI: 0940575657** y **Ginger Katherine Magallanes Piguave con CI: 0929668275**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en comercio exterior.

Se informa que el trabajo de titulación: “Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de Rambután (achotillo) a la comunidad europea”, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio **URKUND** quedando el 4 % de coincidencia.

URKUND	
Document Information	
Analyzed document	Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de rambután (achotillo) a la comunidad europea. Tesis Andrade-Magallanes..docx (D80562202)
Submitted	10/2/2020 9:57:00 PM
Submitted by	
Submitter email	gabriela.andradeg@ug.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	wilson.molinach.ug@analysis.urkund.com



Ing. Carla Andrade A., Mgs.
C.I. 0926803396
FECHA: 02/Octubre/2020



**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA
GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA
CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotras, Gabriela Estefanía Andrade González con CI. 0940575657 y Ginger Katherine Magallanes Piguave con CI. 0929668275, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de rambután (achotillo) a la comunidad europea” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

Gabriela Andrade G.

Gabriela Estefanía Andrade González
C.I.: 0940575657

Ginger Magallanes P.

Ginger Katherine Magallanes Piguave
C.I.: 0929668275

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios, que me ha dado fortaleza, salud y sabiduría en el transcurso de mi vida.

A mis padres, quienes son mi mayor motivación para esforzarme y seguir avanzando en mi vida, además de brindarme siempre su apoyo incondicional.

A mis abuelos, que siempre fueron mi mayor ejemplo de unión y perseverancia, por sus sabios consejos para avanzar con mis metas, esto es para ustedes, aunque ahora se encuentren en un mejor lugar.

Andrade González Gabriela Estefanía

Dedicatoria

Dedico este nuevo logro a Dios principalmente quien es el que me ha permitido llegar hasta donde ahora estoy, y a mis seres queridos que desde el cielo sé que están alegres de verme culminar esta nueva etapa en la vida.

Magallanes Piguave Ginger Katherine.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por permitirme culminar este importante logro profesional.

A mis padres, gracias por sus valores, principios, amor y por apoyarme en este largo proceso profesional.

A mi abuelo Félix, que siempre me apoyo y alentó para que continuara con mis estudios, gracias por sus buenos consejos y por inculcarme tan buenos valores, sé que ahora me bendice desde el cielo.

A mis Docentes de la Facultad de ciencias administrativas, por la muy valiosa educación que me brindaron a lo largo de esta carrera profesional.

Andrade González Gabriela Estefanía

Agradecimiento

Me encuentro agradeciendo frecuentemente a Dios por darme la vida y el gozo de esta nueva experiencia, por tener la dicha de que mis padres puedan verme lograr lo que con tanto esfuerzo han trabajado por construir la persona que hoy en día soy, ellos han sido el motor fundamental para seguir adelante con cada una de mis metas, gracias a por el apoyo incondicional que siempre me han brindado, agradezco a cada uno de los docentes que fueron parte de mi formación profesional, quienes siempre estuvieron brindando sus conocimientos e incentivándonos al cumplimiento de nuestras metas.

Magallanes Piguave Ginger Katherine.

**“ANÁLISIS DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMERCIO JUSTO Y
ORGÁNICO, PARA LA EXPORTACIÓN DE RAMBUTÁN (ACHOTILLO) A LA
COMUNIDAD EUROPEA”**

Autores: Andrade González Gabriela Estefanía

Magallanes Piguave Ginger Katherine

Tutor: Ing. Carla Andrade A, Mgs.

Resumen

El achotillo es un fruto altamente exquisito ante el paladar de las personas, en el presente estudio se busca captar a través de la investigación que el mercado de la comunidad europea es muy apetitoso de consumir este producto por su exquisitez y su forma de presentación que es única.

Además, que estos consideran mucho lo que respecta a los beneficios que otorga el consumir dicho producto, es por ello que a través de este tema de estudio se busca implementar una guía de estrategias a seguir para poder de esta manera incentivar a los pequeños productores a generar producción a escala que permita satisfacer un mercado que demanda el consumo de este fruto pero que por distintos factores se le hace difícil ser el productor del mismo.

Considerando consecuentemente el análisis del comercio justo y orgánico y la aplicación de sus principios para hacer efectiva la trazabilidad del comercio internacional de la manera más convincente y que beneficie la partes.

Palabras claves: Comercio justo, Demanda, Producción.

"ANALYSIS OF NEW TRENDS IN FAIR AND ORGANIC TRADE, FOR THE EXPORT OF RAMBUTAN (ACHOTILLO) TO THE EUROPEAN COMMUNITY"

Authors: Andrade González Gabriela Estefanía

Magallanes Piguave Ginger Katherine

Tutor: Ing. Carla Andrade A, Mgs.

Abstract

The achotillo is a highly exquisite fruit on the palate of people, in this study we seek to capture through research that the market of european community is very appetizing to consume this product for its exquisiteness an its presentatition is unique.

In addition, they consider a lot with regard to the benefits that consuming said products gives that is why through this study topic, we seek to implement a guide of strategies to follow in order to be able to encourage a little ones in this way producers to generate scale production that allows satisfying a market that demands the consumption of this fruit but which, due to different factors, makes it difficult for them to be the producer thereof.

Consequently, considering the analysis of fair and organic trade and the application of its principles to make effective traceability of international trade in the most convincing way that benefits the parties.

Keywords: Fair trade, Demand, Production.

Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	V
Agradecimiento	VI
Resumen.....	VII
Abstract	VIII
Introducción.....	1
Capítulo I: Planteamiento del problema	3
1.1 Antecedentes del problema.....	3
1.2 Planteamiento del problema	5
1.2.1 Árbol del problema	6
1.3 Formulación del problema.....	7
1.3.1 Sistematización del problema	7
1.4 Objetivos.....	8
1.4.1 Objetivo General	8
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
1.5 Justificación de la investigación.....	9
1.5.1 Justificación teórica.....	9
1.5.2 Justificación Práctica.....	10

1.5.3 Justificación Metodológica	10
1.6 Viabilidad del estudio	10
1.7 Hipótesis	11
1.7.1 Variable independiente	11
1.7.2 Variable dependiente.....	11
1.7.3 Matriz de operacionalización de las variables.....	12
1.8 Mapeo de actores claves	14
Capítulo II: Marco Teórico.....	15
2.1.1 Comercio justo	15
2.1.2 Principios del comercio justo	16
2.1.3 Comercio internacional.....	18
2.1.4 Diferencia entre comercio justo y comercio internacional.....	19
2.1.5 Comercio Orgánico.....	19
2.1.5.1 Relación con el comercio Justo	19
2.1.6 Características de productos orgánicos y de comercio justo	20
2.1.7 Certificaciones de productos orgánicos para generar un comercio orgánico	20
2.1.7.1 EC-BIO-141 Agriculture of Ecuador.....	21
2.2 Marco Contextual.....	21
2.2.1 Producto	21
2.2.1.1 Clasificación arancelaria	22

2.2.1.2 Ficha técnica.....	22
2.2.2 Producción nacional.....	23
2.2.3 Mercado de la comunidad europea	25
2.2.3.1 Producción de frutas frescas en Europa.....	25
2.2.4 Demanda de Rambután.....	25
2.2.5 Principales Países Importadores de Rambután en la UE USD	26
2.2.6 Principales Proveedores de Rambután a la comunidad europea USD	28
2.2.7 Consumo de Productos Orgánicos en la comunidad europea	28
2.3 Marco Legal	30
2.3.1 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS)	30
2.3.2 Código orgánico de Producción, Comercio e Inversiones	32
2.3.3 Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD)	33
2.3.4 Actores del Comercio Justo.....	34
2.3.4.1 Ministerio de Agricultura y Ganadería	34
2.3.4.2 Ministerio de Comercio Exterior	34
2.3.4.3 Coordinadora Ecuatoriana de comercio justo	35
2.3.5 Normativa específica en la comunidad europea para exportar frutas no tradicionales	
35	
2.3.5.2 Certificaciones.....	36

2.3.5.3 Sello FLO (Organización internacional del sello)	36
2.3.5.4 Sello Orgánico de la UE	37
2.4 Marco Conceptual.....	37
Capítulo III: Metodología	39
3.1 Línea y sublínea de investigación	39
3.2 Alcance de Investigación.....	41
3.3 Diseño de Investigación.....	41
3.4 Método de Investigación.....	41
3.5 Instrumento y recolección de datos.....	42
3.5.1 Tipos de fuentes.....	42
3.5.2 Entrevista	42
3.5.2.1 Población y Muestra	43
3.6 Análisis de datos	43
Capítulo IV: Resultados o Propuesta	45
4.2 Objetivo:	45
4.3 Justificación de la propuesta.....	45
4.4 Fundamentación de la propuesta	46
4.5 Desarrollo de la propuesta	46
Conclusiones.....	55
Recomendaciones.....	56

Referencia Bibliográfica	57
Apéndice	63

Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Características del Rambután</i>	<i>3</i>
<i>Tabla 2 Matriz de operacionalización de las variables</i>	<i>12</i>
<i>Tabla 3 Mapeo de actores claves (MAC o Stakeholder)</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 4 Clasificación arancelaria</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 5 Ficha técnica Rambután</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 6 Producción Nacional del Rambután</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 7 Subpartida en donde se incluye al rambután</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 8 Principales países importadores de Rambután en la Unión Europea.</i>	<i>26</i>

Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1: Árbol de problema.....</i>	<i>6</i>
<i>Ilustración 2 Fruta exótica Rambután (Achotillo).....</i>	<i>21</i>
<i>Ilustración 3 Temporada de cosecha del Rambután en el Ecuador</i>	<i>24</i>
<i>Ilustración 4 Principales Importadores de rambután de la UE.....</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 5 Principales proveedores de rambután a la comunidad europea.</i>	<i>28</i>
<i>Ilustración 6 Implementación de políticas de comercio justo</i>	<i>46</i>
<i>Ilustración 7 Principales obstáculos que enfrentan los productores de rambután.</i>	<i>47</i>

Introducción

El trabajo de estudio a desarrollar en relación con un Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de Rambután (Achotillo) a la comunidad europea, se genera a partir de la necesidad de crear nuevos intereses y relaciones comerciales con este fruto para generar un máximo aprovechamiento del mismo.

Ecuador es uno de los países de América Latina con mayor diversidad demográfica y atmosférica, lo cual permite el crecimiento de múltiples productos agrícolas, los cuales, por sus características de sabor, color, textura, nutrientes y tamaño, son apetecidos a nivel internacional, en especial para los países del continente europeo estas virtudes permitirían generar desarrollo de la producción en cantidades significativas del fruto. (Parrales, 2017)

Esto nos promueve a visualizar alternativas de apoyo por parte de gobierno hacia la producción de los pequeños Agricultores, así como también de las entidades bancarias o cooperativas que emiten créditos de inversión.

De manera que se contribuya con el desarrollo y la dinamización de las relaciones comerciales internacionales a través de las normativas de comercio justo y orgánico que establece nuestro país.

La (Organizacion Mundial de Comercio Justo, 2016) Define al comercio Justo como: “El proceso de desarrollo de los talentos humanos, capacidades organizativas y gestión, que fomentan el empoderamiento de las personas, organizaciones, empresas, así como sus capacidades para la toma de decisiones, lo que permitiría construir al mismo tiempo tanto nuevas relaciones económicas y comerciales, como nuevos sujetos sociales y políticos que construyen su buen vivir de manera sostenible y amigable con el entorno”.

En el capítulo uno se detallará la problemática que nos incentiva a generar el presente estudio para el análisis de las tendencias de comercio justo más considerables que permitan acercarse más al mercado de la comunidad europea y buscaremos cuales serían los factores de viabilidad que permitirían desarrollar el plan de estudio mencionado, y así aprovechar la oportunidad de poder introducir rambután al mercado europeo y ser reconocido.

En cada uno de los capítulos próximos a presentar mostraremos las tácticas de mercado e incidencia de procesos productivos en las exportaciones del fruto, y las leyes persistentes a las normas nacionales e internacionales para la correcta manipulación en la exportación de Rambután, y de esta manera involucrarnos en lo que respecta a la interacción del consumidor de la comunidad europea.

Capítulo I: Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes del problema

El rambután *Nephelium lappaceum* L. es una especie originaria de Malasia e Indonesia, aunque su cultivo se ha extendido a las Filipinas, Singapur, Tailandia, Vietnam, India, Siria, Zaire, Sudáfrica, Madagascar y Australia. En América lo cultivan países del trópico húmedo, tales como Ecuador, Colombia, México, Cuba, Honduras, Costa Rica, Trinidad y Tobago.

Tabla 1 Características del Rambután

Características del Rambután	
Nombre común o vulgar:	Rambután, achotillo, rampostán, mamón chino.
Nombre científico o latino:	<i>Nephelium lappaceum</i> .
Familia:	Sapindaceae.
Origen:	Indonesia y Malasia.
Etimología:	El nombre rambután proviene del vocablo malayo "rambutí", que significa pelo, y alude a las espinas largas y suaves que cubren la superficie del fruto.

Fuente: (Infojardín, 2020)

Elaborado por: Autores.

Es considerado exótico por su escasez y desconocimiento en el mercado, Sin embargo, es apreciado como uno de los frutos más finos del mundo por su agradable sabor y apariencia, y por su elevado contenido de vitamina C, características que lo hacen altamente demandando en los mercados. (Hernández, 2015).

En nuestro país esta fruta se la conoce como Rambután o Achiotillo; se produce en climas cálidos como el de Santo Domingo de los Tsáchilas, zona en la cual se caracteriza su cultivo, aunque también es factible encontrarlo en los sectores de Quevedo, La Concordia y Buena Fe, entre otros. (La Hora, 2016)

En los últimos años se ha convertido en una de las frutas más atractivas de los mercados debido al color atractivo, la apariencia característica de la fruta, el exquisito sabor de su pulpa, y la relativa rusticidad y capacidad productiva de los árboles de esta especie, que hacen que su cultivo se convierta poco a poco en uno de los cultivos atractivos para productores frutícolas de las zonas tropicales húmedas (Hernández, 2015).

Tomando en cuenta los comentarios anteriores se mencionará a continuación un poco del comercio internacional en relación a la aplicación de las nuevas tendencias de comercio justo y orgánico para consecuentemente al estudio a realizar generar una perspectiva de cómo podría ayudar al desarrollo económico la exportación de Rambután a la comunidad europea.

Según (Mata, 2020): El comercio justo permite propiciar relaciones comerciales estables y duraderas, basadas en el diálogo, la solidaridad, la transparencia y la horizontalidad entre las partes; así como promover una mejora continua de las producciones y brindar una facilitación en los procesos de capacitación y apoyo técnico-organizativo a los productores.

Con la objetividad de permitir que se beneficien sectores vulnerables por la pobreza, de tal forma que tengan la posibilidad de obtener una mayor participación u oportunidad en el mercado local y mundial preservando su identidad cultural.

Este mismo genera un sistema comercial basado en el diálogo, transparencia, respeto, equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales, además de que crea una cultura más consciente al momento de comercializar o exportar productos de determinada calidad o tratamiento orgánico, debido a que si se implementa un sistema de producción mediante el manejo racional de los recursos naturales, sin aplicación de productos químicos, estos pueden brindar alimentos sanos,

abundantes, que ayudan a mantener la fertilidad del suelo, la diversidad ecológica, y a su vez permite a los consumidores identificarlos a través de un sistema de certificación que garantice el producto.

1.2 Planteamiento del problema

Debido a la ausencia de estudios y acceso limitado a organizaciones e información que fomenten la exportación del cultivo de Rambután en Ecuador, muchos productores permanecen sin darse cuenta del potencial de exportación que tiene el fruto a la comunidad europea.

Tomando en cuenta el detalle anterior buscamos generar un análisis consecuente de estudio en relación al comercio justo y orgánico de Rambután (Achotillo) a la comunidad europea debido a que se podría generar una potencial fuente de divisas para el país, de igual manera siendo un generador clave de utilidades para los productores ofreciéndoles mejoras en su calidad de vida y condiciones en desarrollo sostenible y comercial.

Para esto es necesario tomar en cuenta las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los beneficios del Rambután?
- ¿Por qué es importante la producción del Rambután?
- ¿Cuáles son los principales requisitos para la exportación de este producto No Tradicional?
- ¿En que beneficia la producción y exportación de Rambután a los pequeños productores y el país?

Desde esta perspectiva la problemática que se genera en si es:

Que tenemos un mercado consumidor de Rambután por satisfacer, pudiendo tener ventaja en la comercialización, tomando en cuenta que según criterio de la revista (La Hora,

2016), Si se maneja bien el cultivo de rambután, la producción en huertas jóvenes puede ser de hasta 1,2 toneladas de fruta por cada hectárea, llegando hasta las 20 toneladas cuando se trata de árboles maduros.

La cual podríamos aprovechar para exportar rambután a países de la comunidad europea quienes no poseen una oferta interna del producto.

1.2.1 Árbol del problema

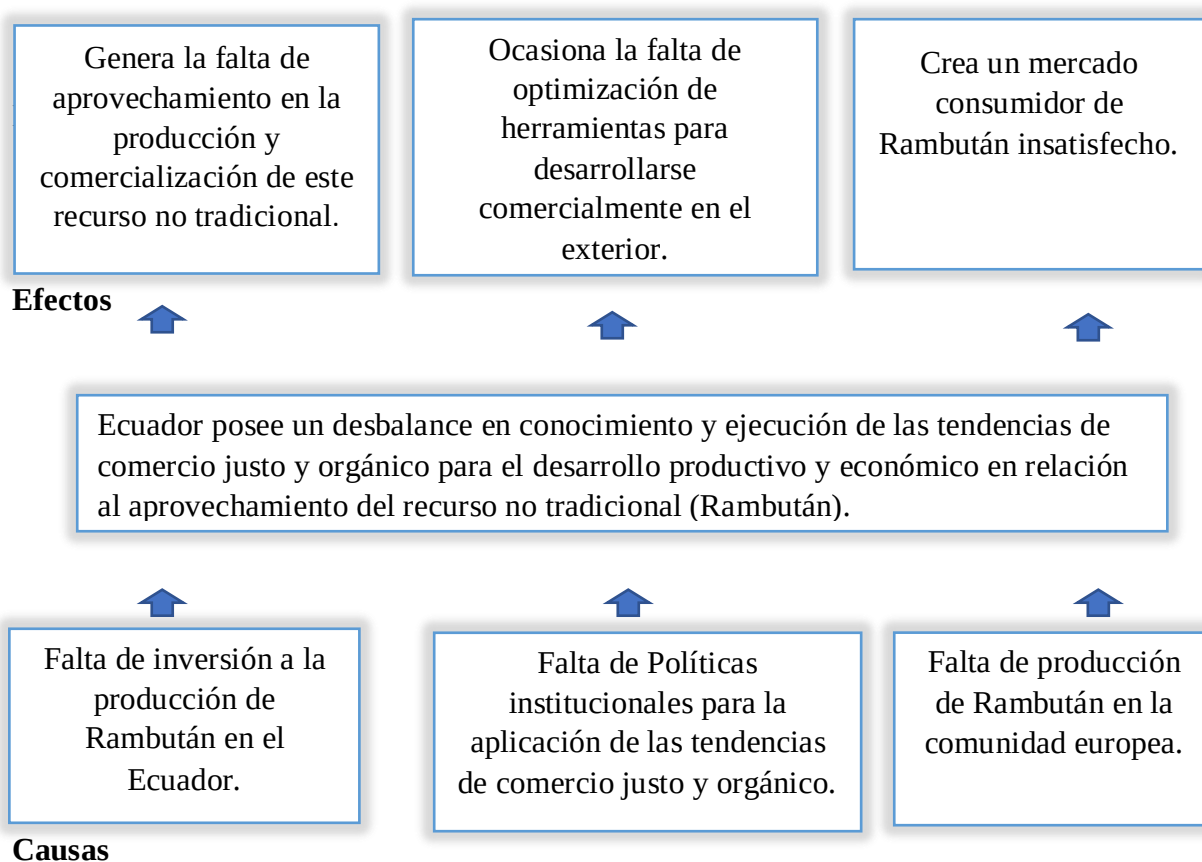


Ilustración 1: Árbol de problema
Elaborado por: Autores

En relación a lo planteado se intenta determinar estrategias de mercado que permitan la incentivación a la producción y exportación de Rambután a la Comunidad Europea.

1.3 Formulación del problema

¿Existe la oferta y demanda necesaria para exportar rambután desde Ecuador a la comunidad europea?

¿Las políticas institucionales ecuatorianas generan inconvenientes para la aplicación de las tendencias de comercio justo y orgánico?

1.3.1 Sistematización del problema

- ¿Qué tan representativo podrían ser los niveles de desarrollo si se generan exportaciones significativas de Rambután a la comunidad europea?
- ¿Cuánto posee el Ecuador de capacidad de producción para lograr satisfacer la demanda de la comunidad europea?
- ¿Cuál es el comportamiento de las exportaciones de frutas no tradicionales en la comunidad europea?
- ¿Cuáles son los obstáculos que impiden la internacionalización del rambután ecuatoriano?
- ¿Qué factores requiere el Ecuador para cumplir el proceso de exportación del producto?
- ¿Cuáles son las estadísticas actuales del Ecuador referente a la exportación de rambután?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Identificar el impacto que tiene la implementación de políticas y/o prácticas de comercio justo y orgánico para incentivar la producción del rambután con fin de exportación a la comunidad europea.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la situación del sector ecuatoriano en la producción de rambután y establecer su oferta exportable.
- Identificar los procedimientos aduaneros aplicables a la exportación definitiva de Rambután.
- Detallar el comportamiento de la exportación de la fruta no tradicional rambután (achotillo) y los principales factores que obstaculizan su exportación a la comunidad europea.
- Analizar las políticas o prácticas del comercio justo en Ecuador.

1.5 Justificación de la investigación

1.5.1 Justificación teórica

El trabajo de investigación a presentar se justifica a partir de la necesidad que se tiene en generar exportaciones de recursos no tradicionales como el Rambután para de esta manera contribuir con el desarrollo sustentable y sostenible, potenciando este producto en mercados donde tienen gran aceptación, además de la implementación y análisis de las nuevas tendencias de comercio justo y orgánico que pretendería impulsar este fruto en mercados internacionales de la comunidad europea.

Al proyectar el comercio justo más allá de satisfacer una demanda internacional, abre las puertas a una mejor sustentabilidad económica en el país, mejorando potencialmente la economía de las familias, fomentando el buen vivir (César Marcillo, 2017).

Según la plataforma de inteligencia de mercados, “el promedio de importaciones de rambután del mercado europeo se puede estimar entre 500 a 1,500 toneladas en los años recientes con un valor aproximado de 4 millones de euros” (CBI Ministry of Foreign Affairs, 2019). Por lo que este mercado puede ser un excelente prospecto para exportar rambután (achotillo) con su nombre científico “*Nephelium lappaceum*” como fruta de alta calidad ecuatoriana debido a la demanda que existe de este producto y del tipo de consumidor que denota la preferencia del mismo.

Este trabajo responde a la línea de investigación “Emprendimiento e innovación, producción, competitividad y Desarrollo social” y la sub-línea de investigación “Comercio justo, productos saludables, exporta fácil, bloques de integración, Economía Popular y Solidaria” de la facultad de ciencias administrativas de la universidad de guayaquil, estipuladas en el dominio de investigación “Desarrollo local y emprendimiento socioeconómico sustentable” (Universidad de Guayaquil, 2019)

1.5.2 Justificación Práctica

La necesidad de realizar el presente proyecto se basa en la práctica del comercio justo, beneficiando a los productores, incentivando la comercialización de esta fruta orgánica hacia el mercado internacional bajo las certificaciones necesarias promocionando el comercio justo entre países negociantes.

Por consecuente es necesario la indagación sobre las exigencias de este mercado para resolver los conflictos por el desconocimiento en el momento de realizar una exportación, se debe reconocer las leyes que pueden estar inmersas en acuerdos entre países e intensificar la producción y exportación Rambután.

1.5.3 Justificación Metodológica

Para lograr cumplir con los objetivos planteados el alcance de la metodología en el presente trabajo será de enfoque cualitativo-inductivo, en la que se efectuará el análisis de la información obtenida del tema, pero a la vez esta generará criterios más formados para instruirnos en las situaciones del mercado a analizar y poder ejecutar un buen proceso para la aplicación de las nuevas tendencias de comercio justo y orgánico para la exportación de Rambután a la comunidad europea.

A su vez se recurrirá al uso de una fuente primaria que es la entrevista de tipo abierta y fuentes secundarias como artículos de revistas y periódicos, sitios webs, libros, entre otros.

1.6 Viabilidad del estudio

El presente proyecto es viable ya que se dispone de los recursos necesarios, humanos y materiales para poder analizar las estrategias y requerimientos para exportar achotillo mediante comercio justo.

Se busca incentivar al sector productivo a invertir en la producción del achotillo, cumpliendo con los requisitos orgánicos, permisos de calidad y así ayudar a fomentar el crecimiento personal, asociativo, productivo y comercial para acceder a mercados internacionales.

1.7 Hipótesis

El incentivo a los productores mediante prácticas de comercio justo y orgánico permitirá incrementar la oferta exportable de rambután al mercado alemán fomentando el desarrollo de la economía del país y los productores.

1.7.1 Variable independiente

Aplicación de prácticas de comercio justo y orgánico.

1.7.2 Variable dependiente

Incremento en la oferta exportable de rambután al mercado de la comunidad europea.

1.7.3 Matriz de operacionalización de las variables

Tabla 2 Matriz de operacionalización de las variables

Objetivos		Hipótesis	Variables		Definición de las variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	Escala de medición
Objetivo General	•Identificar el impacto que tiene la implementación de políticas y/o prácticas de comercio justo y orgánico para incentivar la producción del rambután con fin de exportación al mercado de la comunidad europea.	El incentivo a los productores mediante prácticas de comercio justo y orgánico permitirá incrementar la oferta exportable de rambután al mercado de la comunidad europea fomentando el desarrollo de la economía del país y los productores.	Independientes	Aplicación de prácticas de comercio justo y orgánico.	El comercio justo contribuye al desarrollo sustentable de los pequeños productores, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando que se cumplan sus derechos.	• Desarrollo económico. • Precios justos. • Relaciones comerciales justas. • Legislación nacional e internacional.	• Producción justa y ambientalmente responsable. • Bienestar económico. • Leyes existentes.	• Entrevista • Recopilación de fuentes bibliográficas. • Manuales.	Semiestructurada (respuestas abiertas)
	•Determinar la situación del sector ecuatoriano en la producción de rambután y establecer su oferta exportable. •Identificar los procedimientos aduaneros aplicables a la exportación definitiva de Rambután. •Detallar el			Incremento en la oferta exportable de rambután al mercado de la comunidad europea.	Oferta exportable se refiere a los productos en condiciones de ser exportados y que además cuentan con potenciales mercados externos.	• Eficiencia productiva. • Calidad del producto • Demanda internacional.	• Niveles de producción. • Satisfacción del cliente. • Cumplir con los requisitos exigidos.	• MAGAP • BCE • ProEcuador • TradeMap	

comportamiento de la exportación de la fruta no tradicional rambután (achotillo) e Identificar los principales factores que obstaculizan su exportación a la comunidad europea. •Analizar las políticas o prácticas del comercio justo en Ecuador.								
---	--	--	--	--	--	--	--	--

Elaborado por: Autores.

1.8 Mapeo de actores claves

Tabla 3 Mapeo de actores claves (MAC o Stakeholder)

Grupo de actores sociales	Actor	Rol en el proyecto	Relación predominante	Jerarquización de su poder
Organismos nacionales del Sector público	Ministerio de Comercio Exterior.	A través de la Coordinación de políticas de exportaciones se encarga de la elaboración de política pública de comercio justo para promover la inserción estratégica de pequeños productores al mercado internacional.	A Favor	Medio
	Ministerio de Agricultura y Ganadería.	Regula, norma, controla, facilita y evalúa la gestión de la producción agrícola, promoviendo acciones que propicien el crecimiento sostenible de la producción impulsando al desarrollo de productores.	A Favor	Medio
	Ministerio de Industrias y Productividad.	Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente.	A Favor	Medio
	Coordinadora ecuatoriana de comercio justo (CEJC)	Promocionar el comercio justo y desarrollar estrategias para mejorar la gestión productiva.	A Favor	Alto
	PROECUADOR	Promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador.	A Favor	Alto
Productores	Productores agrícolas	Especializados en la producción y conserva de rambután.	Indiferente	Alto
Certificadora de comercio justo.	Fair trade labelling (FLO)	Opera independientemente y sigue los estándares de certificación internacionales, logrando que productores de productos de comercio justo cumplan con los estándares de comercio justo establecidos por el sello fairtrade.	A favor	Alto

Fuente: (Mata, 2020)

Elaborado por: Autores.

Capítulo II: Marco Teórico

El mercado nacional e internacional está en constante interacción lo que permite a través de la información de los sitios web conocer que el Rambután tiene aceptación en el mercado de la comunidad europea, por la diferenciación que este posee y esas características que lo hacen exótico e inigualable más aún si es orgánico, es por ello que en el presente trabajo de estudio buscamos analizar las tendencias de comercio justo y orgánico para la exportación de Rambután, considerando que la producción orgánica contribuye con el cuidado del ambiente.

Es por esto que para el desarrollo del trabajo de investigación debemos tener bien en claro las siguientes teorías para de esta manera poder comprender la objetividad del mismo.

2.1.1 Comercio justo

De acuerdo a criterios de (Parra, 2018) “El Comercio Justo es la relación comercial, que se encuentra basada en el respeto mutuo, el dialogo y la transparencia, la cual busca que exista una mayor igualdad en el comercio internacional. Además de que contribuya al desarrollo sostenible estableciendo mejores condiciones comerciales y asegurando derechos a los trabajadores y productores marginados especialmente en los países del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo respaldadas por los consumidores y consumidoras están activamente implicadas en apoyar a los productores, sensibilizar a la población, y organizar campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional tradicional”

Las características fundamentales del comercio justo son integradas por la sostenibilidad social, económica y ambiental, enfocados a la responsabilidad y el reconocimiento a los actores que interactúan en el mismo, para poder llevarlo a cabo se efectúa el respeto de los derechos humanos y laborales, además de fomentar la cultura de un consumo responsable. (Cevallos, 2019)

2.1.2 Principios del comercio justo

La práctica del Comercio Justo se basa en 10 principios establecidos por la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) que deben ser puestos en práctica por las Organizaciones de Comercio justo. También deben ser supervisados para asegurar su cumplimiento a lo largo del tiempo. (Barreto, 2019)

2.1.2.1 Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas

A través del apoyo a pequeños productores marginados, la organización busca reducir la pobreza y la independencia económica.

2.1.2.2 Transparencia y responsabilidad.

La organización es responsable y transparente en su gestión y relaciones comerciales. Persigue involucrar a los trabajadores, miembros y productores en la toma de decisiones. También proporciona a todos sus socios comerciales cualquier información relevante. Por último, los canales de comunicación de la cadena de suministro son transparentes.

2.1.2.3 Prácticas Comerciales Justas.

La organización cuida el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores a través de la comercialización y no maximiza su beneficio

lucrándose de ellos. Las tasas de interés que pagan los proveedores no pueden ser mayores que los préstamos que los compradores adquieren con terceros. Por su parte, cuando los pedidos se cancelan sin que sea responsabilidad de productores o proveedores, se garantiza una compensación al trabajo ya realizado

2.1.2.4 pago justo.

Un pago justo proporciona a los productores un salario justo y se basa en el principio de igualdad de pago tanto para hombres como para mujeres. Para que exista un pago justo tiene que haber un precio justo negociado tras un acuerdo entre el comprador y basado en la transparencia de fijación de precios. (WFTO, 2020)

2.1.2.5 Garantizar que no haya trabajo infantil o trabajo forzoso.

La organización garantiza que ninguno de sus miembros realiza trabajos forzados y también garantiza la no presencia de trabajo infantil. Para ello, están afiliados a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y a las leyes sobre el empleo de niños. Además, las organizaciones que compran productos de CJ de los productores se aseguran de que no se emplea el trabajo forzoso ni de niños y que el productor cumple con el Convenio. En el caso de cualquier participación de niños en la producción de CJ las organizaciones serían inmediatamente informadas.

2.1.2.6 Compromiso con la no discriminación, la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación.

La organización no discrimina en los siguientes aspectos: “contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, despido o jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical o política, estatus HIV/Sida o edad.”

2.1.2.7 Garantizar las buenas condiciones laborales.

Cumplir las leyes locales y nacionales y las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en lo que respecta a horas y condiciones de trabajo de los trabajadores. Además, la organización tiene que estar en conocimiento del estado de salud y seguridad de los productores y crear conciencia sobre la salud y seguridad para mejorarlas.

2.1.2.8 Proporcionar el desarrollo de capacidades.

A través del Comercio justo, la organización mejora las habilidades de los productores y favorece el desarrollo del impacto positivo que tiene sobre ellos.

2.1.2.9 La promoción del Comercio Justo.

Creación de una mayor conciencia del CJ a través de objetivos y actividades de CJ. Para ello, la organización proporciona a sus clientes información sobre ellos, los productos que comercializa y organizaciones de productores que hacen los productos, a través de un marketing honesto.

2.1.2.10 Respeto por el medioambiente.

Se minimiza el impacto en el medio ambiente obteniendo recursos de fuentes sostenibles y usando tecnologías que reducen el consumo de energía. También, cuando les sea posible, usan energías renovables. Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o biodegradables para el embalaje cuando es posible.

2.1.3 Comercio internacional

Según Estudios de (Guayasamín, Machado, & Guayasamín, 2019) la teoría Keynesiana se genera un nuevo orden económico internacional, partiendo de la teoría neoliberal, que retoma las bases ideológicas del liberalismo clásico representados por Ludwig Von Mises, Friedrich von Hayek y Milton Friedman, quienes con una nueva

visión del liberalismo clásico sostienen sus teorías en una economía de mercado como base de la división del trabajo, la productividad y prosperidad del hombre.

El comercio internacional explica el desplazamiento de los bienes y servicios a través de los mercados demandantes, mediante la aplicación de divisas y regulaciones adicionales que establecen los agentes económicos en el intercambio, en el cual, se benefician mutuamente al exportar su producción nacional. (Cevallos, 2019)

2.1.4 Diferencia entre comercio justo y comercio internacional

Se genera a partir de que mientras el comercio justo busca desarrollar la economía a través de la sostenibilidad de un producto y a su vez vela por los derechos de los productores y trabajadores marginados, la teoría del comercio internacional busca más bien el desarrollo de la economía a través del intercambio directo de recursos, pero enfocándose en base a la productividad y división del trabajo buscando de esta manera el progreso. (Guayasamín, Machado, & Guayasamín, 2019)

2.1.5 Comercio Orgánico

Según (Bo van Elzakker & Frank Eyhorn, 2010) “El comercio orgánico está basado en procesos ecológicos, sin hacer uso de insumos químicos y organismos genéticamente modificados, con la finalidad de comercializar alimentos seguros y de alta calidad”. En el comercio orgánico el contacto es de forma más directa con los compradores, por lo que existen menos intermediarios.

2.1.5.1 Relación con el comercio Justo

Al consumir productos de comercio justo y agricultura orgánica se contribuye a un mejor desarrollo económico para los productores que viven en condiciones desfavorables, y es que el comercio justo a estos les ofrece una mejor condición comercial y a la vez una mejor calidad de vida. (COPADE, 2014)

2.1.6 Características de productos orgánicos y de comercio justo

- Combinan la preservación de recursos naturales con las prácticas ambientales.
- Protegen al medio ambiente.
- No usan productos químicos, son productos conseguidos mediante procesos naturales, lo que hace que su sabor sea más auténtico.
- Potencia los canales de comercialización justos.
- Fomenta el empleo y una remuneración digna para los productores.
- Poseen certificación orgánica y de comercio justo. (COPADE, 2014)

2.1.7 Certificaciones de productos orgánicos para generar un comercio orgánico

Considerando que nos enfocaremos al análisis de las tendencias de comercio justo y orgánico para la exportación de rambután (Achotillo) a la comunidad europea – Alemania, se tomara en cuenta que para generar dicha acción se debe certificar los productos, es por esto que se detalla a continuación la siguiente información.

Para generar la certificación de productos orgánicos, operan en el país bajo la norma NTE INEN ISO/IEC 17065 y se encuentran registrados ante la autoridad nacional competente del sistema nacional de control que es Agrocalidad. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE), 2017)

“La norma ISO 17065 y las reglamentaciones técnicas vigentes, tienen como objetivo establecer los requisitos referentes a la certificación y regulación de la producción, elaboración, transporte, almacenamiento y comercialización de productos orgánicos. Además, con el respaldo de la acreditación, se proporciona al consumidor garantías válidas de que los productos responden a

estándares de calidad, que son evaluados en todo su proceso.” (Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE), 2017)

2.1.7.1 EC-BIO-141 Agriculture of Ecuador

(Duarte, 2018) “Es una Bio: certificación de la Unión Europea que acredita el origen biológico de los alimentos y bebidas. El logotipo indica que los productores de alimentos, y los agricultores de los que compran los ingredientes, cumplen con las estrictas normas de la Unión Europea para alimentos y bebidas ecológicas. Las reglas y el logotipo tienen como objetivo mejorar el sector de agricultura ecológica de la Unión Europea, el cuidado de la tierra, la biodiversidad y los altos estándares de protección de los animales. La agricultura orgánica hace hincapié en la protección del medio ambiente y el bienestar de los animales.”

2.2 Marco Contextual

2.2.1 Producto



Ilustración 2 Fruta exótica Rambután (Achochillo)

Fuente: (Songsak Aromyim, 2020), por: (Songsak Aromyim, 2020).

El Achochillo es una fruta exótica, originaria de malasia en donde se lo conoce como rambután, esta pertenece a la misma familia que el litchi, por lo que por su aspecto también se le conoce como “Litchi peludo”, Su aspecto exterior se encuentra

formado por una cascara color rojo delgada de espinas largas y suaves, y por dentro tiene una pulpa de sabor dulce, además de poseer una semilla que no debe ser consumida; esta fruta se da en climas cálidos, la altura del árbol del rambután puede llegar a medir una altura de 10 a 25 metros, la fruta se da en racimos de 10 a 20 unidades, y mide alrededor de 5 centímetros (Ecofruitcompany, 2020).

2.2.1.1 Clasificación arancelaria

Tabla 4 Clasificación arancelaria

Sección II	II Productos del reino vegetal
Capítulo: 08	Frutas y Frutos comestibles, cortezas de agrios(cítricos), melones o sandías.
Partida: 0810	Los demás frutos u otras frutas, frescas.
Subpartida: 0810.90.90	Los demás.

Fuente: (Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías., 2017)
Elaborada por: Las Autoras.

2.2.1.2 Ficha técnica

Tabla 5 Ficha técnica Rambután

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE CIENTÍFICO	Nephelium Lappaceum
	PROPIEDADES ESPECÍFICAS
Producto Específico	Achotillo
Grupo/Clase/Familia A La Que Pertenece	Sección: II Capítulo: 08 Partida: 08.10 Subpartida: 0810.90.90
	PROPIEDADES GENERALES
Descripción	Al achotillo también se lo conoce como Rambután, Rampostán, lichas, mamón chino, el nombre rambután proviene del vocablo malayo “rambutin”, que significa pelo, por las espinas largas y suaves que cubren la superficie del fruto. Es una fruta de color verde cuando no está madura y de tonalidades entre amarillo a rojo cuando está madura y lista para el consumo, posee una pulpa blanca y jugosa la cual es entre agri dulce y dulce y melosa, El achotillo no es una planta propia del país, se obtuvo las semillas desde indonesia en los años sesenta para Santo Domingo de los Tsáchilas.
	• Antioxidante: El rambután este compuesto de ácido gálico y demás antioxidante que ayudan a combatir

Beneficios	el envejecimiento prematuro. • Fortalece los huesos: Debido a su calcio, fosforo y hierro, por lo que es excelente para fortalecer los huesos. • Dosis de energía: Ayuda al aumento de energía, por su nivel de proteínas, carbohidratos y agua. • Refuerza el sistema inmunológico: Por su contenido de vitamina C.
	CARACTERÍSTICAS GENERALES
Olor	Característico a la fruta
Color	Rojo
Sabor	Agridulce
Textura	Blanda
Estacionalidad	Febrero-Octubre
Clima:	Clima cálido seco es propicio para que los árboles produzcan de mejor forma.
Tipo de Propagación:	Se puede multiplicar por semilla (sexual), pero generalmente es por injertos (asexual).
Consumidores Potenciales	Público en general (todas las edades)
Unidad De Medida	Kilogramos, gramos.
Presentación Comercial	Cajas o gavetas.

Fuente: (Ecofruitcompany, 2020)

Elaborado por: Las autoras.

2.2.2 Producción nacional

El rambután es una fruta trópica húmeda, no tolera los suelos inundados, arcillosos, arenosos, suelos fértiles con humedad. La mayor temporada de cosecha se da entre los meses de febrero a agosto, esta fruta tiene un rendimiento de 1,000 a 5,000 frutos por árbol, solamente de un árbol de rambután se puede obtener hasta 400 cajas de frutas y de una hectárea cultivada se cosechan hasta 4,000 mil cajas. (Ecofruitcompany, 2020)

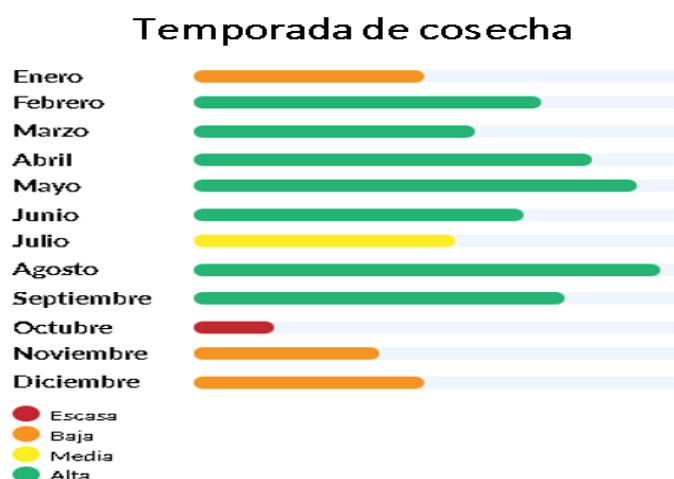


Ilustración 3 Temporada de cosecha del Rambután en el Ecuador

Fuente: (Ecofruitcompany, 2020)

Elaborado por: Las autoras.

Para la exportación el rambután debe pesar mínimo 30 gr, poseer un color rojo y una dulzura de un 18% en la escala de grados brix, que mide la relación de dulzura, la semilla tiene que ser más pequeña que la parte comestible y se debe despegar fácilmente. (SOCODEVI , 2018)

Según datos del (MAGAP, 2018) Ministerio de Agricultura, ganadería, acuicultura y pesca, el país posee 38 hectáreas de cultivo de rambután, que genera un volumen de producción de 42 toneladas métricas, cultivos que se encuentran localizados en las siguientes provincias.

Tabla 6 Producción Nacional del Rambután

Zona de Producción	Etapas de Floración	Etapas de Producción	Producción TM/HA	Rendimiento TM/HA
Buena Fe, Santo Domingo de los Tsáchilas, La reserva 24 de mayo, Santa María, Gualipe. La Concordia.	Final de Noviembre-Enero	Febrero-Agosto	42	1,2
	Final de Enero-Marzo	Abril-Octubre		

Fuente: (MAGAP, 2018)

Elaborada por: Las Autoras.

2.2.3 Mercado de la comunidad europea

2.2.3.1 Producción de frutas frescas en Europa

La producción de frutas frescas representa aproximadamente el 14% del valor total de la producción agrícola europea en relación al año 2018, en Europa los principales países productores de frutas son Italia y España, quienes producen más para satisfacer su mercado interno, a pesar de ser un sector fundamental el número de producción agrícola está en disminución debido a que los agricultores europeos optan por ampliar las temporadas de producción y mejorar las características del producto, por lo que estos esfuerzos dan como resultado una mayor calidad del producto, pero que el volumen de producción total apenas crezca. (CBI , 2019)

2.2.4 Demanda de Rambután

Una razón para dirigirse al mercado europeo es su gran tamaño y poder adquisitivo, con una población de más de 500 millones de consumidores, es responsable Europa del 45% del valor comercial mundial de frutas frescas, cinco de los principales países importadores del mundo se encuentran en Europa, destino hacia donde se proyecta el tema de investigación.

Esta fruta tiene potencial para crecer en este mercado debido al incremento en el interés por frutas exóticas, aunque las cifras exactas sobre el volumen son difíciles de recolectar.

No se dispone de datos específicos sobre el comercio de rambutanes, por lo que se proporciona estadísticas de importaciones de frutas tropicales con la subpartida en donde se incluye rambután.

Tabla 7 Subpartida en donde se incluye al rambután

Código	Producto
0810907590	Fruta, tropical fresca, no especificada en otra parte, o Fruta fresca, comestible (excepto nueces, plátanos, dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos, mangostanes, papayas 'papayas', tamarindos, anacardos, jaca, lichis, ciruelas de níspero, maracuyá, carambola, pitahaya, cítricos, uvas, melones, manzanas, peras, membrillos, albaricoques, cerezas, melocotones, ciruelas, endrinas, fresas, frambuesas, moras, moras, moras, grosellas negras, blancas o rojas, grosellas, arándanos, frutos del género Vaccinium , kiwis, durians y caquis).

Fuente: (CBI , 2019)

Elaborado por: las autoras

Según el Sistema de inteligencia de mercados (Sistema de inteligencia de mercados, 2019), el promedio de importaciones de rambután del mercado europeo se estima entre 500 a 1,500 toneladas en los años recientes con un valor aproximado de 4 millones de euros.

2.2.5 Principales Países Importadores de Rambután en la UE USD

Tabla 8 Principales países importadores de Rambután en la Unión Europea.

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Alemania	113.475	110.826	120.737	147.499	131.574
Francia	63.330	82.548	97.010	96.911	99.979
Bélgica	52.380	58.587	52.012	73.122	65.796
Italia	52.264	54.481	59.580	68.506	60.121
Irlanda	9.869	4.917	8.356	24.373	37.188
Austria	26.611	31.753	34.631	28.434	32.095
Polonia	14.061	13.066	19.644	20.385	20.608
Suecia	17.506	17.907	19.308	22.465	20.179
Portugal	9.489	10.482	12.600	14.841	15.621
España	7.797	8.983	11.282	10.856	11.814

Fuente: (Trade Map, 2019)

Elaborado por: Las autoras.

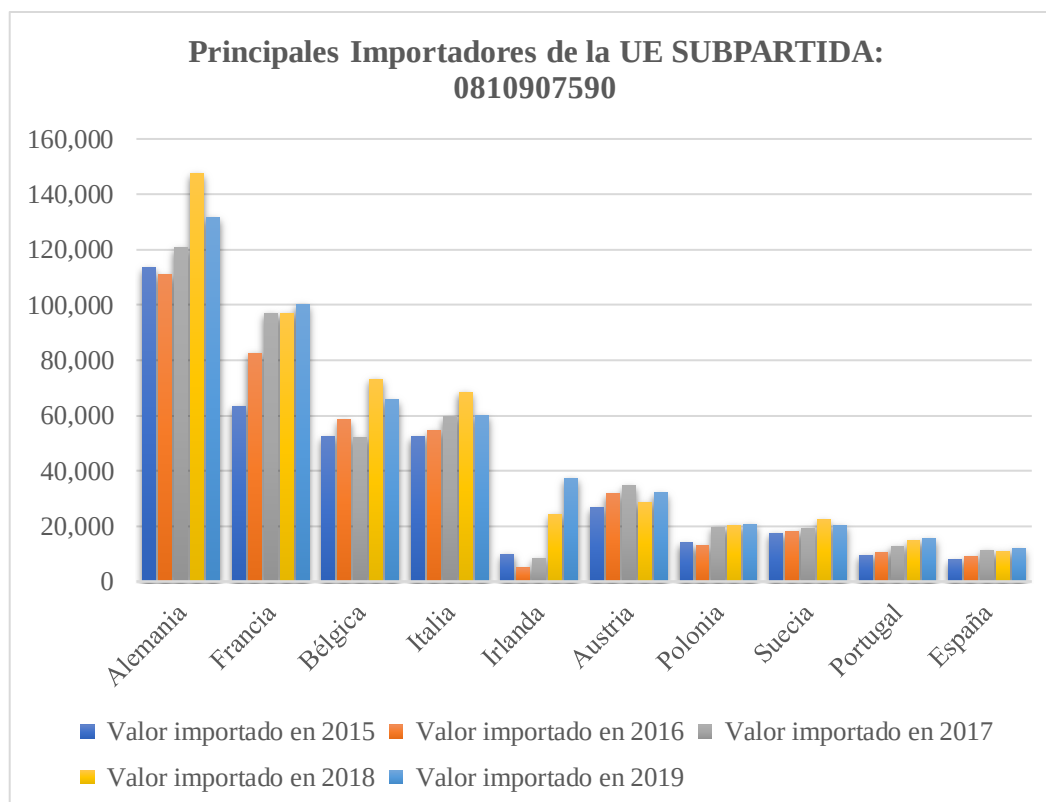


Ilustración 4 Principales Importadores de rambután de la UE

Fuente: (Trade Map, 2019)

Elaborado por: Las autoras.

Los principales países importadores de frutas frescas en la Unión europea son: Alemania, Francia, Bélgica, Italia, Irlanda, Austria, Polonia, Suecia, Portugal, España.

Como podemos observar en la ilustración anterior, los diferentes países que comprenden la comunidad europea poseen un alto rango se encuentran importando consecuentemente en los años comprendidos del 2015 al 2019, por lo que debido a la alta demanda que poseen por la variedad de frutos en su mayoría exóticos, se ha escogido este mercado como objetivo para introducir el rambután ecuatoriano, y a su vez podríamos direccionarnos al país que más lo consume como indica la proyección anterior.

Debido al precedente se hace una breve reseña de quienes son los países que abastecen el mercado de la comunidad europea.

2.2.6 Principales Proveedores de Rambután a la comunidad europea USD

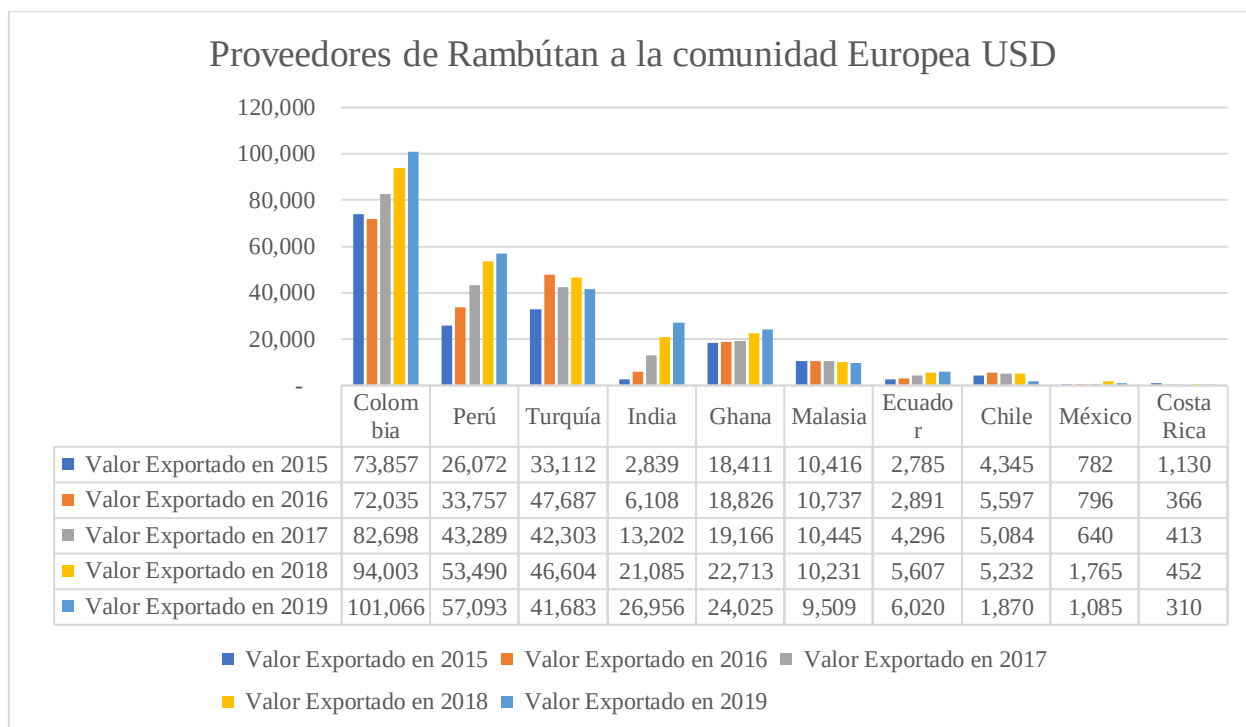


Ilustración 5 Principales proveedores de rambután a la comunidad europea.

Fuente: (Trade Map, 2019)

Elaborado por: Las autoras.

Entre los principales proveedores de rambután encontramos liderando a Colombia quien ha tenido un aumento en el último año del 40% referente al año 2016, las exportaciones realizadas por Ecuador han tenido un bajo crecimiento.

2.2.7 Consumo de Productos Orgánicos en la comunidad europea

La demanda de los consumidores de productos naturales y saludables, hace de Europa un mercado interesante para las frutas orgánicas, de hecho la Unión europea es el segundo mercado de este tipo más grande del mundo, Según el (Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL) , 2019) en Europa, la comunidad europea

es el mercado más grande de alimentos orgánicos, representando el 27% de las ventas minoristas europeas totales de productos orgánicos en 2017; la comunidad europea se rige a amplias y estrictas normativas cuando se trata de productos orgánicos por lo que los productos importados deben cumplir con las prácticas de calidad.

2.2.8 Competencia del rambután en la comunidad europea.

De acuerdo con él (Sistema de inteligencia de mercados, 2019), en los últimos años ha existido crecimiento en la diversidad de frutas exóticas que se suministran al mercado europeo, estas frutas compiten con otras frutas exóticas, y se distinguen por un precio más elevado y beneficios para la salud. Por lo que el rambután compete principalmente con longan, lichis y con frutas exóticas como la fruta de Sharon, la carambola y la pitahaya.

2.2.9 Requisitos que deben cumplir los rambutanes para su ingreso al mercado europeo

2.2.9.1 Requisitos orgánicos y de comercio justo

Un mayor número de consumidores de la comunidad europea prefieren las frutas producidas y procesadas por métodos naturales, el mercado de rambutanes orgánicos todavía es pequeño, pero con una demanda en crecimiento y una oferta limitada.

Para poder comercializar productos orgánicos en Europa, se debe utilizar métodos de producción orgánicos y solicitar un certificado orgánico con un certificador acreditado, y se tomaría en cuenta los métodos de producción y tratamiento durante al menos dos años para poder comercializar frutas orgánicas.

Luego de ser auditado por un certificador debidamente acreditado, se procede a colocar el logotipo orgánico.

La certificación y el cumplimiento de requisitos constituyen un obstáculo para los productores y exportadores que desean ingresar a este mercado, la certificación se aplica a las buenas prácticas agrícolas, cuestiones de sanidad vegetal y la seguridad alimentaria, en el caso del rambután orgánico, la calidad de la fruta es uno de los principales problemas por su corta vida útil.

2.2.10 Precio del rambután en el mercado europeo

Los precios son por lo general más altos en países como Suecia y Noruega con un valor de 9.5 euros como promedio por kilo, y un poco menos en los países bajos y Bélgica con un valor de 9.3 euros por kilogramo, así como en los países del sur y este de Europa, los precios al por mayor del rambután suelen variar entre 7 y 9 euros por kilogramos.

Mientras que los precios de venta al público oscilan entre los 18 y los 22 euros el kilo, esto dependiendo de la calidad y disponibilidad (Sistema de inteligencia de mercados, 2019).

2.3 Marco Legal

Las leyes que de algún modo se encuentran relacionadas y apoyan al comercio justo en Ecuador son las siguientes:

2.3.1 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS)

Art. 1: Definición. – En donde se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, en donde sus integrantes, colectivamente o individualmente, desarrollan y organizan procesos de producción, comercialización, intercambio, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para así satisfacer necesidades y generar ingresos, esto

basado en relaciones de cooperación, y solidaridad privilegiando al trabajo y al ser humano, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro, la apropiación y la acumulación de capital.

Art.4.: Principios. – el cual indica que las organizaciones y las personas se deben guiar por los siguientes principios que son:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- La prelación del trabajo y de los intereses colectivos por sobre los individuales;
- El comercio justo y consumo responsable y ético;
- El respeto a la identidad cultural;
- La autogestión;
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Art. 133.- Gobiernos Descentralizados. - Estipula que los gobiernos incluirán en su presupuestos anuales y planificación la ejecución de proyectos socioeconómicos y programas para apoyar el fortalecimiento de las organizaciones y personas amparadas por esta Ley, e impulsará acciones para el desarrollo y la protección del comerciante minorista mediante la ampliación, creación, administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, recintos feriales, pasajes comerciales, mercados u otros.

Art. 137.- Medidas de promoción. - El Estado establecerá las siguientes medidas de promoción a favor de las organizaciones y personas amparadas por esta Ley:

- Facilitará el acceso a la innovación tecnológica y organizativa;
- Fomentará el comercio e intercambio justo y el consumo responsable;
- Implementará planes y programas, destinados a promover, capacitar, brindar asistencia técnica y asesoría en producción exportable y en todo lo relacionado en comercio exterior e inversiones. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), 2020)

Esta ley ampara a los emprendimientos del movimiento de un comercio justo como formas de organización que deberán estar basadas en relaciones de cooperación, reciprocidad y solidaridad, también reconoce como uno de sus principios al comercio justo, responsable y ético, y promueve asesoría para la exportación de productos.

2.3.2 Código orgánico de Producción, Comercio e Inversiones

Este código se relaciona al comercio justo en los siguientes artículos:

De acuerdo con (COPCI, 2020) en su **Art.1: Ámbito.** –establece los intercambios comerciales justos al alcanzar, como ámbito del mismo, el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial.

En su **Art.4: Fines.** – establece entre sus principales fines el de:

- Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente.

- Impulsar las exportaciones.

En el **Art.5.-** El estado implementara una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escalas y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo. (COPCI, 2020)

2.3.3 Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD)

Los aspectos relacionados con el comercio justo guardan relación con la obligación de los gobiernos autónomos descentralizados de fomentar la economía popular y solidaria, y los encadenamientos productivos y comerciales, estableciendo una concordancia entre el artículo 133 de la ley orgánica de Economía popular y solidaria, y con los artículos 3 y 4 de este código, señalando lo siguiente:

Art. 3.- Principios. – En donde las potestades públicas de los gobiernos autónomos descentralizados se deberán regir por el siguiente principio:

e) Complementariedad. - Los gobiernos autónomos descentralizados tienen la obligación compartida de articular sus planes de desarrollo territorial al Plan Nacional de Desarrollo y gestionar sus competencias de manera complementaria para cumplir con los derechos de la ciudadanía y contribuir de esa manera al mejoramiento de los impactos de las políticas públicas promovidas por el Estado ecuatoriano.

Art. 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados. - Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales es un fine de los gobiernos autónomos descentralizados:

g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir;

Art. 64.- Funciones. – En donde es una función del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la ganadería, agricultura, turismo, artesanía entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados. (COOTAD, 2019)

2.3.4 Actores del Comercio Justo

2.3.4.1 Ministerio de Agricultura y Ganadería

El MAGAP fortalece estrategias de comercialización para los productores, mediante talleres que tienen por objetivos reforzar los debidos procesos de comercialización que actualmente manejan las organizaciones de productores, así como también la identificación y evaluación de los mercados existentes. También resalta la importancia de mostrar diferenciación de los productos a ofertar ya sean desde buenas prácticas de manufacturas, certificaciones de comercio justo, producción orgánica, entre otras. (MAGAP, 2020)

2.3.4.2 Ministerio de Comercio Exterior

Aprovechando el firmado convenio entre la Unión europea y Ecuador en donde, el Ecuador tiene preferencia arancelaria, en la lista de productos que favorece a nuestro país se encuentra la subpartida arancelaria: 0810907590 – Las demás frutas u otros frutos, frescos. Favoreciéndole con desgravamen significativo en la reducción del pago

de los impuestos que el importador en este caso Alemania debería de pagar, lo que hace mayormente atractivo el consumo de nuestro producto a ofrecer. Aunque el Ecuador es un país que se encuentra aún en proceso de desarrollo ha logrado a obtener las certificaciones que podrían generar una excelente relación y satisfacción de las partes.

2.3.4.3 Coordinadora Ecuatoriana de comercio justo

Surgió en el año 2003 y se legalizó en el MAGAP, representa a los pequeños productores de comercio justo afiliados; y busca desarrollar estrategias de mercado globales y realizar incidencia política a nivel nacional e internacional. Además de que está articulada a la coordinación latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de comercio justo (CLAC) y muestra interés en generar el sello de los pequeños productores como una alternativa propia de certificación de comercio justo.

2.3.5 Normativa específica en la comunidad europea para exportar frutas no tradicionales

2.3.5.1 Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y Unión Europea

Este acuerdo entró en vigor en el año 2017, reemplazando al sistema previo SPG de preferencias arancelarias.

Otorga importantes concesiones arancelarias para Ecuador en agricultura, mientras que la Unión Europea obtiene beneficios arancelarios en un periodo de tiempo más prolongado, reconociendo de esta forma el principio de asimetría en los niveles de desarrollo entre ambas partes. Las relaciones comerciales se guían por mejorar las prácticas internacionales, garantizando un entorno transparente y un entorno no discriminatorio entre ambas partes.

La suscripción de este tratado obedece a una estrecha relación comercial que mantiene Ecuador con la Unión Europea, por lo cual se ha convertido en el principal mercado para nuestros productos de comercio justo, exportaciones no petroleras y exportaciones de economías populares y solidarias.

Además, contempla mecanismos para resolver los obstáculos al comercio, dialogar sobre medidas fitosanitarias y sanitarias, defensa comercial, entre otros. Contiene un capítulo sobre comercio y desarrollo sostenible por el cual las partes se comprometen a reforzar el desarrollo económico y social de la población y a fomentar y respetar la legislación laboral y ambiental internacional. (Acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y UE, 2020)

2.3.5.2 Certificaciones

El ente regulador de comercio justo en el mundo es la World Fair Trade Organization provee de un sistema de garantía y seguimiento organizacional denominado Sistema de garantía WFTO, lo que asegura que las organizaciones de comercio justo cumplen con los principios de comercio Justo.

Según (WFTO, 2020), en su publicación “Norma WFTO y sistema de garantía”, acepta también para la certificación o garantías, los sellos de la organización (FLO).

2.3.5.3 Sello FLO (Organización internacional del sello)

Este sello certifica el cumplimiento de los estándares de comercio justo, la asociación del sello fairtrade-comercio justo fomenta en la unión europea el uso y la notoriedad de esta certificación y con aquello estaría apoyando al desarrollo de las comunidades productoras del sur, que consiguen mejores condiciones de comercio y acceso al mercado en igual de condiciones.

El sello Fairtrade es un instrumento de certificación que:

- Da un mayor acceso al mercado a los productos de comercio justo.
- Ofrece garantías al consumidor de que el producto que lo porta cumple

los estándares internacionales de comercio justo. (FAIRTRADE, 2020)

2.3.5.4 Sello Orgánico de la UE

En la UE los alimentos pueden ser etiquetados como “ecológicos” solo si el 95% de sus ingredientes agrícolas han sido producidos de manera ecológica. Los ingredientes orgánicos en alimentos no orgánicos pueden indicarse como tal en la lista de ingredientes, siempre y cuando el alimento haya sido producido de acuerdo a la legislación orgánica. (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR , 2017)

La certificación de este logo permite el control del nivel porcentual que posee cualquier producto importado o incluso producido dentro del mismo país, de lo que son productos orgánicos.

2.4 Marco Conceptual

2.4.1 Exportación definitiva

El régimen aduanero de exportación permite que las mercancías producidas por un país circulen libremente en los mercados internacionales. Para un país es esencial que lo que se produce se exporte por que genera el movimiento interno y externo de la economía. Los gobiernos de cada país buscan fomentar las exportaciones a través de incentivos para los exportadores. (COPCI, 2020)

2.4.2 Productores

Son aquellos que trabajan de forma artesanal en el cultivo de sus productos, son un conjunto de personas, por lo general familias que se dedican a esta actividad para

sostener e incrementar sus ingresos, para la vivienda, salud y su propia dignidad. (FAO, 2020)

2.4.3 Fruta orgánica

Es aquella producida mediante normas establecidas entre la que se detalla evitar el uso de fertilizantes químicos, pesticidas, herbicidas, elementos transgénicos y una variedad de métodos que pueden ocasionar un daño al medio ambiente (Frhmimex, 2019).

2.4.4 Certificación orgánica

Es un proceso que permite garantizar la calidad orgánica de un producto, verificando el cumplimiento de las normas de producción orgánica que corresponda, según el mercado destino de dicho producto (Agriculturers, 2017).

Además de fortalecer la confianza en la seguridad alimentaria y en las buenas prácticas ambientales de producción de los productos certificados, es por ello que la certificación es necesaria para asegurar la competencia justa entre productores (CERESECUADOR, 2020).

2.4.5 Políticas comerciales

Se refiere a las normas y principios que emplea un país para regular sus relaciones comerciales con el exterior, por lo que los países ponen en práctica medidas de políticas comerciales con la finalidad de incidir en el volumen de su comercio exterior. (Ecured, 2020)

2.4.6 Comercio Internacional

El Comercio Internacional, es una rama de la economía encargada del intercambio de bienes o servicios entre dos o más economías, Además de que es

manejado a través de los Aranceles, Barreras no arancelarias, Cuotas y se regula a través de Acuerdos Bilaterales. (Jerez Riesco, 2007, pág. 89)

2.4.7 Preferencia arancelaria

Esta surge de la negociación entre socios comerciales con la finalidad de beneficiar el intercambio de forma recíproca para las partes dentro del acuerdo, y esta es aplicada como una rebaja porcentual sobre el arancel (Revista Líderes, 2017).

Capítulo III: Metodología

3.1 Línea y sublínea de investigación

Con el presente tema de estudio y la línea de investigación emprendimiento e innovación, producción, competitividad y desarrollo social, y su sub-línea comercio justo, productos saludables, exporta fácil, bloques de integración, economía popular y solidaria, se busca discernir inquietudes previas al desarrollo del comercio justo y orgánico para las exportaciones de productos no tradicionales como el rambután para de esta manera establecer estrategias que favorezcan el desarrollo del comercio de la manera más conveniente para las partes.

A través del estudio realizado se aplica el desarrollo una metodología inductiva, descriptiva, analítica que a su vez permite obtener información relevante para poder cumplir con cada uno de los objetivos que se han propuesto, con la finalidad de propiciar detalladamente un desglose de estrategias aplicables para generar posteriormente exportaciones del producto de forma propicia, y permita contribuir con los principios del comercio justo y orgánico.

3.1.1 Enfoque de la investigación - Cualitativo

El método cualitativo o método no tradicional: Se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (Bernal, 2010)

La investigación tiene un enfoque cualitativo porque ayudara a describir las políticas y/o normas del comercio justo para conocer de qué manera estas inciden en el sector productor de rambután para su comercialización a la comunidad europea.

3.2 Alcance de Investigación

3.2.1 Descriptiva

Según (Sampieri Hernández R., 2014) “Visualizar que alcance tendrá nuestra investigación es importante para establecer sus límites conceptuales y metodológicos”.

La Investigación será de carácter descriptiva porque se va a realizar un análisis sobre cuáles son los problemas que tienen los productores de rambután para comercializar con el mercado alemán, además de buscar medios que incentiven a la producción mediante normas de comercio justo y de esta manera mejorar la economía del país y de los productores.

Además de que, mediante la aplicación de este, se recopiló y analizo información de Instituciones como: MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, acuicultura y pesca), BCE (Banco central del Ecuador,) TradeMap, entre otros; lo cual permitió tener una mejor idea de cómo continúan desarrollando la producción y exportaciones de rambután.

3.3 Diseño de Investigación

3.3.1 No experimental

La presente investigación es no experimental debido a que no están sujetas a cambios las variables de investigación, Siendo estas analizadas desde su naturaleza con datos relevantes que influyen para la internacionalización de rambután.

3.4 Método de Investigación

3.4.1 Método inductivo

Según (Bernal, 2010) en el “método inductivo se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general”.

Se utilizará este método ya que encierra la parte esencial del tema específico para llegar a generalizarlo, logrando de esa forma su análisis y encontrar soluciones acertadas según el planteamiento del problema que se presente.

3.5 Instrumento y recolección de datos

3.5.1 Tipos de fuentes

3.5.1.1 Fuentes Primarias

Para la recolección de datos utilizaremos la entrevista a expertos de tipo abierta que fue dirigida a cuatro expertos entre estos a Jefa de Importaciones y Exportaciones en Agente de aduana Jorge Vera (VTcargo), Ex Supervisor del Terminal Portuario de Guayaquil (TPG), Ejecutiva de Exportaciones, y a uno de los agentes productores de rambután, para incorporar información concisa del hecho de estudio y llegar así a la solución de la problemática.

3.5.1.2 Fuentes secundarias

Utilizamos información de diversos artículos de periódicos y revistas, así como de libros y diferentes sitios webs como BCE y TradeMap que nos ayudaron en la recolección de volúmenes de exportación de rambután.

3.5.2 Entrevista

Según (Bernal, 2010) “la entrevista es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en

un cuestionario flexible, tiene como propósito la obtención de información más abierta y espontánea. Mediante la misma, se puede llegar a profundizarse la información de interés para el estudio.”

Aplicaremos la entrevista la cual va a estar altamente influenciada por el profesionalismo y la experiencia de los entrevistados. Mediante esta técnica se va a realizar cuestionario de preguntas semiestructuradas para obtener la información pertinente y requerida acerca de la exportación de productos orgánicos mediante aplicación de comercio justo. Dicho instrumento de medición consta de preguntas, las cuales se efectuaron de manera online.

3.5.2.1 Población y Muestra

Esta Investigación tiene un enfoque cualitativo, en donde la entrevista tuvo un cuestionario con 6 preguntas y dos cuestionarios con 12 preguntas cada uno y ellas serán respondidas por nuestra muestra de cuatro expertos:

- Productor de rambután en la ciudad de Quevedo.
- Jefa de Importaciones y Exportaciones en Agente de aduana Jorge Vera (VTcargo).
- Ex Supervisor del Terminal Portuario de Guayaquil (TPG).
- Ejecutiva de Exportaciones.

3.6 Análisis de datos

3.6.1 Análisis o Interpretación de entrevistas a expertos

En la búsqueda de expertos que tengan conocimientos en el área del tema de titulación, se le realizaron entrevistas con preguntas semiestructuradas y validadas.

Acorde a la recopilación de información relevante de los expertos tanto del área operativa como del área estratégica e incluso de producción (*detalle explícito presente en los apéndices A, B y C.*) podemos percibir el nivel de aceptación que muestran en efecto al trabajo que se ha elaborado para generar un criterio definido en cuanto a la aplicación de los principios del comercio justo y las sugerencias en cuanto a estrategias y coordinación que deben ejecutarse para que todo fluya de la manera más conveniente, además del establecimiento de criterios en cuanto a que podrían generar las instituciones de control para que se cumpla con el rol de tomar en cuenta los principios de comercio justo y de esta manera las situaciones sean visible y legalmente ejecutadas.

Desde la perspectiva de los expertos es un proyecto que tiene buen enfoque al analizar qué tan bueno puede ser dar a conocer productos no tradicionales como lo es el Rambután, ellos a través de su criterio dan a entender que un plan estratégico en donde intervenga el estado y entes privados pueden contribuir con la ampliación de la oferta del producto, más aún que consideran que por su característica diferenciada y exótica con las técnicas apropiadas y bien aplicadas este sería uno de los productos que permitiría mejorar el superávit del país y a su vez los niveles de rentabilidad para quien decida invertir en el mismo sería conveniente.

Capítulo IV: Resultados o Propuesta

4.1 Tema:

“Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de rambután (achotillo) a la comunidad europea.”

4.2 Objetivo:

Identificar el efecto que tiene la implementación de políticas y/o prácticas de comercio justo y orgánico a través de una guía de estrategias a fin de incentivar la producción del rambután generar la maximización de exportaciones del producto al mercado de la comunidad europea.

4.3 Justificación de la propuesta

En la actualidad las exportaciones de Productos No tradicionales han ido en crecimiento, esto debido a que el Ministerio de Comercio Exterior se ha encargado de incentivar y fomentar al sector productivo, mediante capacitaciones y talleres dirigidos a los productores sean estos de: pitahaya, maracuyá, papaya, achotillo entre otros; a aumentar su producción y comercializarla internacionalmente, y es que debido a la ubicación geográfica y sus diferentes microclimas Ecuador produce una gran diversidad de frutas, que destacan por su sabor que la hace exquisita y poseedora de una gran acogida en el mercado europeo.

Además de que es necesario y recomendable lograr incrementar la producción de rambután para aprovechar el acuerdo Multipartes que se suscribió entre Ecuador y la Unión Europea, que fortalece a la producción ecuatoriana, permitiendo que nuestros productos entren al mercado europeo con preferencia arancelaria 0%.

4.4 Fundamentación de la propuesta

Este trabajo de titulación se fundamenta en demostrar el impacto que tiene implementar políticas de comercio justo y orgánico, mediante este análisis que nos da a conocer de manera clara las estrategias y principios del comercio justo y como estas apoyan a nuestros productores a la mejora de sus condiciones de vida.

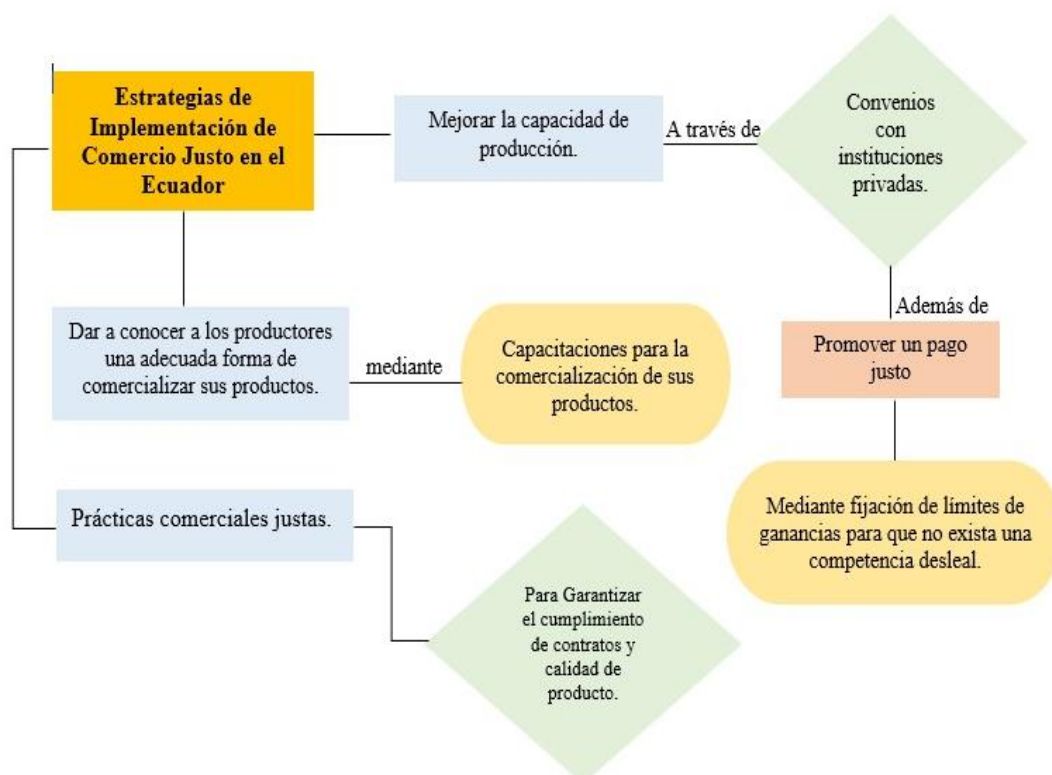


Ilustración 6 Implementación de políticas de comercio justo

Fuente: (Mena, 2017)

Elaborado por: Las Autoras

4.5 Desarrollo de la propuesta

Para este análisis se tuvo que investigar las políticas de comercio justo existentes en el Ecuador, obtuvimos información de fuentes secundarias además de utilizar instrumentos para la investigación como la entrevista en el que expusimos nuestra problemática para conseguir las soluciones a la misma.

4.5.1 Factores que obstaculizan la producción del rambután

Los productores enfrentan principales problemas como: altos costos de producción y distribución, bajos niveles de inversión, así como que tampoco disponen de recursos para pre-inversión, y bajos niveles de productividad y calidad.

Además, hace falta un fuerte trabajo de promoción de los productos de comercio justo, puesto que la temática del comercio justo es desconocida por la sociedad, por lo que falta difundir, sensibilizar y visualizar los principios del comercio justo en el mercado interno y externo, para así generar conciencia y responsabilidad ambiental y social en estos actores de la cadena de valor.

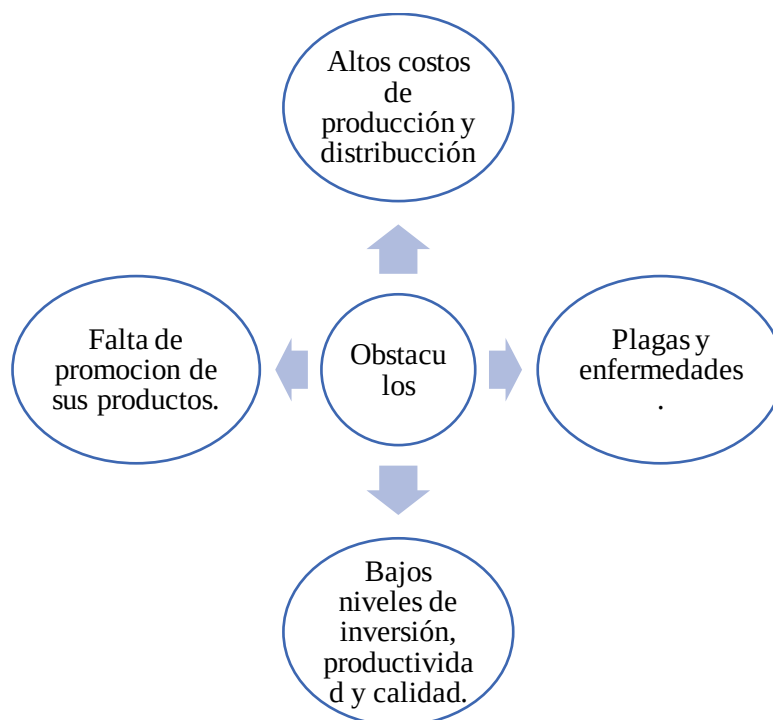


Ilustración 7 Principales obstáculos que enfrentan los productores de rambután.

Fuente: (Mena, 2017)

Elaborado por: Las autoras.

4.5.2 Efectos de la aplicación de las estrategias de comercio justo y orgánico

Estas estrategias nacen de los problemas identificados y constituyen una respuesta a los principales nudos críticos encontrados. Además de que estas estrategias

tienen relación con los cambios que se quieren provocar en las dinámicas productivas y comerciales y a desarrollar condiciones adecuadas para fomentar el comercio justo y orgánico para el posicionamiento de sus productos, para el apoyo de los productores ecuatorianos.

- Fomentar la promoción e incentivo del comercio justo.

Con el fin de concientizar a la población ecuatoriana, para generar motivación y compromiso para la transformación de relaciones y prácticas de producción y comercialización, mediante mecanismo de difusión y promoción de los principios del comercio justo, a través de eventos de promoción comercial como ferias, ruedas de negocios, realización de seminarios entre otros.

- Diseñar un plan de trabajo para tecnificar la producción, el cual debe incluir fertilización, tecnologías adecuadas y asistencia técnica, para aumentar la productividad en base a un adecuado manejo técnico y con estándares de calidad.

Esto permitirá que los productores accedan a los recursos productivos necesarios (Agua, tecnología, tierra, infraestructura, capital), se conviertan en tomadores de decisiones, y logren la sustentabilidad de sus emprendimientos.

- Establecer alianzas y acuerdos entre los actores de la cadena de valor, a través del dialogo, costos de producción, comercialización, inversiones entre otros.
- Construir confianza entre los actores de la cadena productiva y comercial en el marco del comercio justo.
- Mejorar la calidad de vida de los productores dándoles sustentabilidad a los emprendimientos de comercio justo, y que el sistema financiero abra líneas de

crédito para los productores y organizaciones de comercio justo en distintas entidades financieras.

- Mejorar los procesos de producción y comercialización, y apertura mercados para los productos del comercio justo. (Mena, 2017)

En la actualidad tenemos un claro ejemplo que el comercio internacional se vela por promover las mejoras de prácticas ambientales, tanto en la producción natural de alimentos o procesamiento de los mismos, tal cual es el ejemplo de la aplicación de normas y medidas que busca mitigar los factores causantes de daños al medio ambiente establecidas por la organización mundial de comercio y políticas ambientales. La aplicación de las normativas provoca que logren disminuir el impacto de contaminación, la incentivación que existe al generar productos orgánicos e incluso la reutilización de varios productos, que de una u otra manera contribuye en la reducción de contaminantes.

En tiempo atrás se aplicó las estrategias de comercio justo para aplicar un control de mercancías a fin de controlar la caída de los precios.

La adopción de normas de protección es una de las estrategias más aplicables cuando el mercado interno se ve afectado, podría decirse en este caso que las medidas o barreras arancelarias resguardan el comercio de las partes.

4.5.2 Acceso al mercado

Los exportadores ecuatorianos pueden encontrar una oportunidad en el mercado europeo si consideran las siguientes tendencias:

- Aumento en la demanda de productos que benefician a la salud.

- Alta demanda de frutas orgánicas y/o de comercio justo, debido a que son altamente apreciadas y valoradas por la comunidad europea.
- Mayor consumo de frutas en canales de distribución y comercialización de comidas. (Boletín Rambután, 2010)

4.5.3 Procedimiento para exportar

Para la exportación del rambután se debe tener en consideración lo siguiente:

Según el sistema Arancelario Centroamericano, el rambután se encuentra clasificado dentro del capítulo 08: “Frutos y Frutas comestibles, cortezas de agrios (cítricos)”, partida arancelaria: 0810.90.75, sin embargo, por no ser el cultivo de rambután tan significativo a nivel mundial, de acuerdo con el sistema armonizado se lo incluye dentro de la partida 0810.90 la cual incluye demás frutas, por lo que esto dificulta tener datos precisos.

Los requisitos para el ingreso del rambután a la unión europea son:

- Cumplir con el Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.
- Cumplir con las debidas normas de etiquetado.
- Certificado fitosanitario
- Certificado de producción orgánica. (Boletín Rambután, 2010)

El proceso de exportación se lo realiza en dos etapas las cuales son el preembarque y la etapa de post embarque.

En la etapa de preembarque se debe iniciar con la transmisión de la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) en el sistema ecuapass, la cual debe ir acompañada de una factura y la lista de empaque, donde se detalla el embalaje del producto a exportar, además de anexar el certificado de origen.

Mientras que en la etapa de post embarque se debe regularizar mediante un registro electrónico ante el SENA y obtener el DAE definitivo, esto da por finalizado el proceso de exportación definitiva, para este trámite existe un plazo estipulado de treinta días luego de haberse realizado el embarque y se requiere de documentos como: copia de la factura comercial, lista de empaque, certificado de origen y copias de documentos de transporte. (PRO ECUADOR, 2018)

4.5.4 Guía estrategias a fin de incentivar la producción del rambután

La comunidad ecuatoriana debe generar explotación de los recursos No tradicionales que posee siempre y cuando se haga de la forma que contribuya a la sustentabilidad, una de las formas perceptibles es generando un control adecuado de la producción del fruto, estratificar las zonas de producción para que se pueda mantener un abasto consecuente del producto al mercado, de esta manera se puede crear representativas cantidades económicas que benefician tanto al país, así como al inversor es por ello que se ha realizado detalladamente una guía de las estrategias aplicables para que los productores puedan canalizar sus inversiones hacia este producto.

- Promover a través de gobierno o instituciones bancarias, proyectos que muestren la viabilidad del producto y de esta manera, se creen incentivos adecuados para la adopción de patrones de producción sustentable y orgánica.
- Vincular el sector productivo con entidades de investigación y desarrollo para la implementación de tecnologías que permitan generar sustentabilidad del producto.
- La producción que se cree se deberá establecer en terrenos con alta humedad y baja evotranspiración lo permitirá que se optimicen costos de reguños de

aspersión y se aproveche las condiciones climatológicas que poseen los terrenos de nuestro país.

- Control de calidad, así como del manipuleo y de las temperaturas que oscilan entre los 5 a 10 grados C, para que el producto se mantenga en las condiciones que requiere y así se evite la deshidratación, lo que el ayudaría a que el fruto mantenga sus características y sea presentable y de calidad para el consumidor.
- Realizar monitoreo y evaluación de la producción, para establecer estrategias de sustentabilidad como: el conocimiento del capital natural local, el compromiso regional con la protección ambiental y las acciones naturales que debemos asumir para conservar el medio ambiente.
- Podría generarse valor agregado para diferenciarse de la competencia lo que a su vez permite crear un ingreso adicional por aquello: como por ejemplo ofrecer el producto enlatado listo para el consumo.
- Estratégicamente deberán establecer parámetros logísticos que ayuden a generar las entregas a tiempo al destino, de forma que fidelicen a los clientes por su servicio de eficacia y eficiencia.
- Crear conocimiento general sobre los derechos que ofrece el comercio justo, hacia los pequeños productores que se motivan a invertir, lo cual les permitiría mejorar su calidad de vida, en cuanto a compañías que decidan invertir deberán hacerlo en base a capital humano y físico lo que le ayudara a producir mejor y en mayores cantidades.

4.5.4 Discusión de resultados

Acorde a la recopilación de información a través de las fuentes principales como las entrevistas realizadas y la recolección de datos a través de los diversos medios de la

web tanto públicas como privadas podemos decir que en efecto el trabajo que se ha elaborado genera un criterio definido en cuanto a la aplicación de los principios del comercio justo y las sugerencias en cuanto a estrategias y coordinación que deben ejecutarse para que todo fluya de la manera más conveniente tal cual se detalla en las tendencias de los principios de comercio justo, además del establecimiento de criterios en cuanto a que podrían generar las instituciones de control para que se cumpla con el rol de tomar en cuenta los principios de comercio justo y de esta manera las situaciones sean visible y legalmente ejecutadas.

Además de tomar en cuenta que la ventaja comparativa que posee Ecuador en cuanto a la capacidad de producir consecuentemente a la proporción de terrenos y la riqueza de minerales que poseen se diferencia y hace único el aprovechamiento que se puede generar si se aplica de manera efectiva los procesos productivos, mismo que permitiría ofrecer un producto de calidad, lo cual resulta a su vez más factible que comprar productos ecuatorianos debido a que nuestro país posee clima, temperatura, humedad y suelos que permiten obtener un producto vigoroso y con extractos nutrientes que crean el desarrollo adecuado del fruto, mismo que permitiría el aprovechamiento de cada una de las propiedades o beneficios que este fruto posee, entre estos: protección de la piel, anti cancerígeno, digestión saludable, fortalecimiento de los huesos y otros que son muy beneficiosos para la salud y pues que cabe recalcar consumidores como los de la comunidad europea están en constante búsqueda.

Es por ello que para incentivar la producción de rambután orgánico, se enfoca a estrategias generadas en la guía anterior, debido a que ayudan estas permiten ver desde otra perspectiva las ventajas que pueden generar a través producción de este fruto, así como crear una orientación estratégica que permite incrementar la producción de

manera racional generando enfoques de exportar y crecer significativamente, debido a que esto crea incluso la sustitución de importaciones y pues genera a su vez trabajo.

Desde la perspectiva de los expertos es un proyecto que ha permitido la extracción de información relevante que permite haber detallado el comportamiento de la exportación de la fruta no tradicional como lo es el rambután (achotillo) y a su vez poder conocer cuáles son los factores que obstaculizan la expansión de producción para las exportaciones a la comunidad europea permitiendo así generar el análisis de las políticas o prácticas de comercio justo en el ecuador, más aún que considerando que el rambután posee características diferenciadas y exóticas. Por ello se define que con las técnicas apropiadas y bien aplicadas este sería uno de los productos que permitiría mejorar el superávit del país y a su vez los niveles de rentabilidad para que quien decida invertir en el mismo le sea muy conveniente

Conclusiones

Con la investigación realizada en este trabajo, se concluye que existe una demanda insatisfecha en la Unión europea, por lo cual los inversores y el grupo operativo desde la producción hasta la llegada al destino trabajan eficazmente para que la producción crezca a gran escala y de esta manera que sea abastecido el mercado, tomando en cuenta que este puede llegar a ser muy rentable lo que permitiría ayudar a brindar nuevas oportunidades a la fruta de carácter no tradicional que se desea introducir a la comunidad europea, sobre todo si es orgánica y siempre que se cumpla con los requisitos exigidos por el país destino.

Para llevar a cabo con instituciones de los principios del comercio justo se desarrolla un conjunto de operaciones que se establecieron para luchar por el cambio de las prácticas consideradas injustas, para garantizar que se respete el derecho de nuestros productores y buscar una mayor igualdad en el comercio internacional.

Tomando en cuenta el desarrollo logístico que se lleva a cabo para generar exportaciones de calidad se determina que debe coexistir una buena coordinación en relación a las certificaciones que emiten las diferentes organizaciones que generan el control de calidad y demás factores los cuales contribuyen a los principales requisitos técnicos para exportar rambután a la comunidad europea, de manera que no exista inconvenientes en el transcurso de la exportación, he ahí la importancia radica en que la Comunidad Europea busca proteger la salud del público consumidor y evitar la propagación de enfermedades producto del ingreso de alimentos foráneos. Todo exportador ecuatoriano siempre debe tenerlos en cuenta para estar en igualdad de condiciones de competir con los otros proveedores extranjeros.

Recomendaciones

Una vez realizado el plan de estudio para que las exportaciones de rambután sean mucho más efectivas y factibles se recomienda generar un plan organizacional que permita incentivar a los productores a invertir en la producción de rambután, así como también los productores deberán tomar en cuenta cada uno de los movimientos a realizar para el tratamiento que llevara la producción de las grandes cantidades del producto para que de esta manera no tenga inconvenientes al momento de generar las respectivas certificaciones del producto para llevarlo hacia el exterior.

En relación a la logística se recomienda plantear un buen proceso logístico esto dependerá de los recursos que posea el inversor mismo que permitirá optimizar tiempo, recursos y estos a su vez se vean reflejados en la efectividad del proceso de exportación que se realice a determinado mercado.

Además, por tratarse de un producto de origen orgánico, los exportadores deberán estar atentos a cumplir con las estrictas regulaciones existentes en el territorio de la comunidad europea, al igual que iniciar el proceso de certificación, que constituirá una garantía para asegurar su permanencia en el mercado europeo y extender sus posibilidades a otros mercados; Además de cumplir con las normas de etiquetado y empaque exigidas por los mismos.

También es recomendable generar estudios más a profundidad sobre cómo llevar a cabo el proceso de la producción de rambután orgánico y los previos controles de calidad interna y externa del fruto.

Referencia Bibliográfica

- Acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y UE. (2020). *Acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y Unión Europea*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2016:356:FULL&from=ES>
- Agriculturers. (20 de junio de 2017). *Agriculturers*. Obtenido de Certificación Orgánica: <https://agriculturers.com/que-es-una-certificacion-organica/>
- Barreto, Á. (2019). Obtenido de <https://url2.cl/zrNSe>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia : Pearson.
- Bo van Elzakker & Frank Eyhorn. (2010). Desarrollar cadenas de valor sostenibles con pequeños agricultores . *La Guía de Negocios Orgánicos*, 174. Obtenido de Desarrollar cadenas de valor sostenibles con pequeños agricultores.
- Boletín Rambután. (2010). *Ficha técnica del rambután*, SAG.
- CBI . (2019). *Ministry of Foreign Affairs*. Obtenido de Demanda de Frutas en la UE: <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/what-demand>
- CBI Ministry of Foreign Affairs. (2019). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/rambutan>
- CERESECUADOR. (2020). *Certificación Orgánica*. Obtenido de <http://ceresecuador-cert.com/contact/certificacion-organica/>
- César Marcillo. (2017). Manual básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador. *Vive Comercio Justo*, 80. Obtenido de https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/M anual-de-Comercio-Justo.pdf

Cevallos, A. (2019). *Repositorio ug* . Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45662/1/T-CEVALLOS%20TER%c3%81N%20ARIEL.pdf>

COOTAD. (2019). *CODIGO ORGANICO ORGANIZACION TERRITORIAL*

AUTONOMIA DESCENTRALIZACION. Obtenido de

https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf

COPADE. (2014). *Productos orgánicos y de Comercio Justo*. Obtenido de ¿Por qué

consumir productos orgánicos y de Comercio Justo?:

<http://comerciojusto.org/por-que-consumir-productos-organicos-y-de-comercio-justo/>

COPCI. (2020). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E*

INVERSIONES. Obtenido de <https://bit.ly/2YKEpiH>

COPCI. (2020). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E*

INVERSIONES. 104. Ecuador.

Duarte, H. (2018). *CERTIFICACIONES ORGANICAS PARA PRODUCTOS DE*

EXPORTACION ECUATORIANA. *Eumed*. Obtenido de

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/certificaciones-exportacion-ecuador.html>

Ecofruitcompany. (2020). *Producción de Achotillo*. Obtenido de

<http://ecofruitcompany.com/productos.html>

Ecured. (2020). *Política Comercial*. Obtenido de

https://www.ecured.cu/Pol%C3%ADtica_Comercial

FAIRTRADE. (2020). *El sello Fairtrade, Garantía de Comercio Justo*. Obtenido de

<https://fairtrade.es/mm/file/materialesDifusion/SELLOFAIRTRADEGUIA.pdf>

FAO. (2020). *Definición de Productor*. Obtenido de

<http://www.fao.org/3/X2919S/x2919s05.htm>

Frhmimex. (2019). *Beneficios de las frutas orgánicas*. Obtenido de <https://n9.cl/8sv4f>

Guayasamín, F., Machado, F., & Guayasamín, W. (2019). Teorías del comercio

internacional: líderes mundiales a nivel comercial . *Dialnet*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7149454>

Hernández, C. (2015). *Extracción y Cuantificación de Compuestos Fenólicos en*

Cascara de Rambután (Nephelium lappaceum). Obtenido de

<https://www.grin.com/document/315598>

Infojardín. (2020). *Rambután, Achotillo, Rampostán, Mamón chino*. Obtenido de

<https://articulos.infojardin.com/Frutales/fichas/rambutanes-achotillo-rampostan-nephelium.htm>

Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL) . (12 de Febrero de 2019).

The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2019.

Obtenido de <https://url2.cl/a5Y47>

Jerez Riesco, J. (2007). *Comercio Internacional*. ESIC Editorial.

La Hora. (12 de Marzo de 2016). *Analice el suelo antes de sembrar achotillo*. Obtenido

de <https://n9.cl/l7fii>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS). (2020). *Superintendencia de economía popular y solidaria*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>

MAGAP. (2018). *MAGAP, SIPA-Sistema de Información Pública Agropecuaria*. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/sipa-estadisticas/estadisticas-productivas>

MAGAP. (2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de MAGAP fortalece estrategias de comercialización para productores: <https://www.agricultura.gob.ec/magap-fortalece-estrategias-de-comercializacion-para-productores/>

Mata, D. (2020). LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA CON ENFOQUE DE COMERCIO JUSTO. *Eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/06/comercializacion-agropecuaria-justo.html>

Mena, R. J. (2017). Estrategias ecuatorinas de comercio justo. 50.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR . (2017). *Informe mensual de comercio exterior*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/informe-mensual-de-comercio-exterior-2017/>

Organizacion Mundial de Comercio Justo. (2016). *Guía de buenas practicas de comercio justo en autoridades locales*. Obtenido de <https://wfto-europe.org/wp-content/uploads/2016/02/Gu%C3%ADa-Espa%C3%B1ol.pdf>

Parra, E. C. (2018). EL COMERCIO JUSTO UNA ESTRATEGIA DE INCLUSION ECONOMICA PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LA

- RURALIDAD ECUATORIANA. *Eumed*. Obtenido de
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/comercio-justo-ecuador.html>
- Parrales, G. S. (Septiembre de 2017). *Repositorio ug*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22875/1/SANCHEZ%20PARRALES%20KERLLY%20GABRIELA.pdf>
- PRO ECUADOR. (2018). *Guía del exportador*. Obtenido de
<https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Rambután fruta organica. (2020). Rambután frutas asiáticas de Tailandia.
- Revista Líderes. (2017). Las preferencias arancelarias. *Líderes*.
- Sampieri Hernández R. (2014). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México D.F.: MCGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE). (6 de Diciembre de 2017). Obtenido de
<https://www.acreditacion.gob.ec/produccion-organica-certificada/>
- Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. (2017). *Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, Sexta enmienda*.
- Sistema de inteligencia de mercados. (2019). *CBI Sistema de inteligencia de mercados*.
 Obtenido de Exporting rambutan to Europe: <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/rambutan>
- SOCODEVI . (2018). Estudio de Oportunidades de Mercado para el Rambután.
Sociedad de Cooperación para el Desarrollo Internacional - SOCODEVI, 64.

Songsak Aromyim. (2020). *123RF Limited* . Obtenido de Rambután frutas asiáticas de Tailandia: https://www.123rf.com/photo_23130761_asian-fruit-rambutan-from-thailand.html

Trade Map. (2019). *Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales*. Obtenido de Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Comunidad Europea: <https://n9.cl/a4zh>

Trade Map. (2019). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional* . Obtenido de Lista de los importadores para el producto rambután: <https://url2.cl/KcUbm>

Universidad de Guayaquil. (2019). *Líneas de investigación de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://fcaugpensum.blogspot.com/>

Vera, C., Guillén, L., & Esquivez, S. (2017). HISTORY OF THE RAMBUTAN CROP (*Nephelium lappaceum*) IN MEXICO. *CONACYT*, 53. Obtenido de http://www.colpos.mx/wb_pdf/Agroproductividad/2017/AGROPRODUCTIVIDAD_10-9-2017.pdf#page=55

WFTO. (2020). *Manual de Norma WFTO y Sistema de garantía*. Obtenido de <http://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

Apéndices

Apéndice A Entrevista Dirigida al Área productora de Rambután.

Preguntas	Entrevistado: Richard Villamarín, productor de rambután en la ciudad de Quevedo	Interpretación:
1) como considera usted la producción de rambután?	Considerando que si se realiza una selección optima de la semilla la producción es relativamente buena.	Todo en cuanto a la producción dependerá de la labor que emita el trabajador.
2) Tomando en consideración su nivel de Experiencia en productividad ¿Cuáles son las zonas donde de mayor productividad?	Quevedo es una de las principales productoras de Rambután, seguido de Buena Fe, La mana lago agrio, Shushufindi, El Coca, entre otros.	De acuerdo al criterio mencionado por el productor con experiencia y conocimientos del producto relata que son varios los lugares donde se produce el fruto, los cuales pueden verse a proyección de crecimiento si se desea invertir.
3) ¿Posee conocimiento sobre los beneficios que otorga el comercio justo a los pequeños productores que se motivan a invertir a mayor escala para generar exportaciones de este producto?	Pues en realidad no porque uno se enfoca al abastecimiento de mercados pequeños, pero si me gustaría realizar un crecimiento de mi producción.	La falta de conocimiento genera que los pequeños productores no visualicen una inversión proyectada a generar exportaciones.
4) De acuerdo a su criterio ¿Cuál creería usted que es una buena estrategia de ayuda para motivarse a invertir a mayor escala en la producción de Rambután?	Yo creo que el gobierno debería facilitar prestamos flexibles para incentivar la producción de este, ofrecer capacitaciones que nos permitan conocer a fondo los beneficios de invertir a mayores cantidades este producto, o quizá el servicio de la banca privada facilite créditos para este tipo de inversiones.	A petición del productor cree conveniente la facilitación o acceso a créditos que pueden otorgar las diferentes instituciones públicas y privadas.
5) De acuerdo a su criterio ¿Qué estrategia se puede utilizar para incrementar la productividad interna del Rambután a mayor escala?	Generar motivación a los integrantes inmersos de la producción es uno de los factores importantes al momento de buscar eficiencia y mejoras en la productividad, tomando en cuenta como anteriormente le mencione son varios los	Se puede crear un consorcio o asociaciones productoras para de esa manera generar eficiencia en la productividad, es decir tomar en cuenta los diferentes sectores de producción.

	sectores donde se produce este fruto.	
6) ¿Cuál creería usted que es la problemática que más les dificulta sus niveles de producción?	Por lo general todo tipo de plantaciones tiene sus problemas entre los principales es el tratamiento para las plagas como: nematodos, gusanos trozadores entre otros que dificultan el proceso de desarrollo de la planta o en ocasiones hasta en la producción, pero la que más afecta es el recurso económico debido a que se necesita invertir lo suficiente para que todo salga de la mejor manera.	Con el comentario referente se puede decir que la propagación de plagas en ocasiones dificulta la productividad del fruto porque estas a veces atacan en el desarrollo.

Apéndice B Entrevista Dirigida a Operadores de Comercio Exterior.

Preguntas	Entrevistado 1: Ing. Mildret Chiquito Constante, Jefa de Importaciones y Exportaciones en Agente de aduana Jorge Vera (VTcargo), 0983318322.	Entrevistado 2: Ing. Sylvia Ayala Quinto, Ejecutiva de Exportaciones, 0989559249.	Interpretación:
1) Desde su perspectiva ¿Qué tan importante cree usted que es generar exportaciones de un producto no tradicional como lo es el Rambután hacia el mercado europeo?	La idea de exportar este producto no tradicional a este mercado genera gran interés, debido a lo que se ha podido captar, Europa es un mercado exigente y muy demandante por lo que sería grandioso posicionar un producto como el rambután, el mismo que se presenta de manera exótica esto es una gran ventaja para la captación de estos clientes potenciales.	Bueno a mi parecer siempre ha sido de gran importancia dar a conocer productos que en nuestro medio son muy producidos pero que aún no se tiende a explotarlos de manera sustentable y que permita retribuir ganancias significativas, así que considero muy buena la idea de exportar en grandes cantidades este producto a tal mercado que de acuerdo a anuncios es muy atractivo para este mercado consumidor.	Generar exportaciones en si es importante y más aún cuando se busca dar a conocer productos que en otros mercados son nuevos y que llaman mucho la atención de posibles clientes.

2) ¿cuál creería que sea la mejor estrategia a ejecutar para que se genere un comercio justo?	Desde mi punto de vista podría decir que la clave para que las partes se beneficien de manera mutua y sin inconvenientes es la comunicación clara y concisa en la misma deberán consolidar acuerdos que permitan desarrollar un comercio equitativo y pues como se llama actualmente comercio justo.	Podría decirse que una estrategia seria que las partes se den a conocer estratégicamente cual sería el desarrollo conjunto de las naciones que se generarían al ejecutar prácticas de buen vivir.	Es decir que la mejor estrategia que se podría utilizar es una buena negociación, donde se determine los puntos clave para que ambas partes generen ganancias de manera equitativa.
3) De acuerdo a su criterio y experiencia ¿Cuáles serían los puntos claves para promover una buena oferta exportable y a su vez esta genere el desarrollo de lo que es el comercio Justo?	Desde la perspectiva que tengo creería que los puntos clave serian generar valor agregado al producto, y más que todo analizar bien hacia a donde se direccionan estos productos, si tienen buena acogida o no es decir analizar muy minuciosamente quienes demandan y pueden adquirirlo.	La optimización de procesos y costos competitivos ayudan a generar una buena oferta exportable, además que siempre se debe tomar en cuenta las exigencias del mercado.	La clave seria la calidad y presentación del producto, la negociación que se ejecute y la determinación u orientación que se genere para llevar a cabo las exportaciones.
4) ¿conoce usted alguna subpartida arancelaria específica que contribuya o facilite la exportación de rambután, producto no tradicional?	No existe una subpartida específica para el rambután puesto que el volumen de exportación no es significativo, lo que existe es una subpartida genérica. Tengo conocimiento que la utilizada es la subpartida 0810.90.90.90--- Los demás.	De acuerdo a la experiencia que poseo la Subpartida correcta para generar exportación a la unión europea es la 0810.90.75-Las demás. Debido a que en las notas explicativas precedentes de las instituciones, órganos y organismos de la unión europea en el punto 11. de la misma describe de forma específica que comprende los frutos de diversas especies sapindáceas, como el Rambután.	La subpartida que se reconoce para este producto es la 0810.90.90.90--- Los demás. Mientras que la Subpartida correcta para generar exportación a la unión europea es la 0810.90.75-Las demás.
5) ¿Cuáles serían los factores de distribución que	Entre factores que podrían afectar la distribución del	Limitaría las exportaciones una mala eficiencia y coordinación	Si los productores no llevan un control adecuado puede que

podrían llegar a limitar la exportación de Rambután a la comunidad europea y que recomendaciones podría generar para poder contrarrestar las mismas y se genere las exportaciones sin inconvenientes?	producto, esta los que son perceptibles por el hombre en caso de descuidos, y pues cambios climáticos como una sequía factor relevante para la limitación del crecimiento de la plata y por ende falta de producción de frutos para su distribución.	de tiempos al momento del envío y llegada del producto.	exista un desequilibrio en la productividad, factor que limitaría la distribución y por ende la exportación del producto, lo recomendable es que apliquen buenas técnicas de productividad.
6) De acuerdo a su Experiencia ¿Qué estrategias comerciales recomendaría para generar un mejor posicionamiento de mercado de un producto No tradicional como es el Rambután? considerando que de acuerdo a Datos de la web es uno de los más apetecidos por su apariencia exótica y Agradable Sabor.	A mi parecer el producto debe desarrollar una buena presentación para la captación de mercados exigentes es por ello que recomendaría, la estrategia de desarrollo del producto, debido a que además este permite generar un valor agregado al mismo que lo diferencie de los demás.	Como sabemos el Rambután es un producto poco conocido, pero quienes le conocen saben que es muy exquisito y apetecible, considerando este criterio personal recomendaría la estrategia de diversificación en conglomerado que es donde se enfoca a la venta de productos no relacionados con la línea de productos existentes, de esta manera se muestra una nueva categoría de consumidores potenciales.	Se recomendaría la estrategia de penetración de mercado; debido a que esta es la más agresiva y permite captar todos los prospectos a través de una oferta de precio más conveniente, persuade clientes que consumen el producto y a su vez ayuda a captar a los de la competencia e incluso capta a los que no han decidido consumir el producto o bien.
7) ¿cuál creería usted que podría ser un obstáculo o desventaja para generar la exportación de Rambután hacia el mercado europeo?	En la actualidad con la situación Socio Política en la que nos encontramos podemos considerar que sería difícil invertir de manera exitosa, aunque si se toman las medidas pertinentes en las negociaciones no habría inconvenientes.	Uno de los obstáculos perceptibles del comercio internacional son las normas o reglamentos técnico para evaluar la conformidad del producto, tomando en cuenta que los mercados por lo general son exigentes impulsan más el control de productos seguros y de alta calidad.	Puede considerarse una desventaja de dimensión significativa las barreras fitosanitarias, debido a que es un proceso largo y oneroso para generar la aprobación de un producto, debido a que si esto no se ejecuta con anticipación generaría entregas tardías.

8) ¿Cómo visualiza la expansión de exportaciones de Rambután para aprovechar el mercado?	Los niveles de proyectar y establecer productos generalmente poco exportados, hace relevante la forma de incentivar las exportaciones de los mismos, y pues a su vez permite percibir que podemos darnos a conocer no solo por lo tradicional.	Generar expansión de un producto que es poco exportado es una excelente idea para poder desarrollarse como empresa, sociedad exportadora y dar a conocer a más profundidad las características del mismo y captar clientes potenciales que permitan lograr los objetivos que se propone.	Desde el punto que abarca la generación de exportación de productos no tradicionales me parece muy buena opción apelar por dar a conocer más a fondo las riquezas naturales que poseemos, y pues por el lado de la inversión cada movimiento que se ejecuta para captar divisas es bueno tomando en cuenta las consideraciones de los mercados a los cuales se enfocan.
9) Desde su punto de vista ¿cuál sería el beneficio más perceptible del acuerdo Multipartes, en relación al comercio justo y Orgánico?	Uno de los grandes beneficios es la posibilidad de presentar una gama de productos diferenciados y en muchos casos únicos de nuestra nación ante los países que conforman el acuerdo Multipartes, lo que permite generar o mantener las relaciones comerciales.	Los beneficios entre las partes se basan en los puntos clave del acuerdo generado en donde cada uno de los miembros respeta las condiciones del otro y de manera justa y participativa se logra acordar precios justos de pago que permiten de tal manera ganar y ganar.	Por el motivo que se concesionó tal acuerdo el beneficio por ende es la expansión en el ámbito comercial, y la relación al comercio justo y orgánico se mostraría a través de la oportunidad de negociar y ofertar productos nuestros.
10) ¿Cuán posible observa la oportunidad de crecer los niveles de exportación de Rambután a través del tiempo?	Pues la oferta es muy ambiciosa, pero si lograrse presentar crecimiento en el mercado y más aún si los productores se enfocan a generar producción en grandes cantidades del mismo con más razón se ejecutaría la exportación significativa del producto.	Los niveles de crecimiento en el mercado por lo general dependen mucho de la demanda que exista del producto, la cantidad de producción y la captación de clientes que se genere, mientras estos factores se mantengan controlados y abastecidos de tal manera se puede generar crecimiento y expansión en altos niveles del producto.	Los niveles de crecimiento desde la perspectiva que se muestra son muy buenos, pero hay que tomar en cuenta que siempre van a depender de diversos factores socioeconómicos como por ejemplo la capacidad de aceptación que se obtenga e incluso los factores monetarios para poder expandirse

			como organización, y en ciertas ocasiones políticas, mismos que deben analizarse minuciosamente para ejecutar acciones convenientes.
11) ¿Qué tan factible ve el enfoque de Aplicación de las tendencias de comercio Justo?	Para generar factibilidad de las tendencias o principios del comercio justo cabe reconocer que se debe generar comunicación en cuanto al desarrollo de las iniciativas y enfoques que pretende este fomentar e incursionar para que se desarrolle un comercio justo y equitativo.	Muy factible si se aplica con exactitud cada uno de los principios referentes al enfoque de comercio justo, continuando con la búsqueda de equidad en el comercio mundial, para de esta manera comprometer y respetar los acuerdos dados entre las partes.	Considerablemente factible tomando en cuenta que se debe trabajar un poco más para que se ejecuten con eficacia estos principios debido a que en ocasiones desde mi perspectiva han sido poco aplicados.
12) Según su criterio mencioné beneficios de la exportación de Rambután producto no tradicional.	La perspectiva de inversión del proyecto es muy buena debido a que este producto tiene gran acogida en el mercado de la unión europea por su atractiva apariencia y su exquisitez.	Las exportaciones ayudan a elevar el superávit de la economía de un país, por ende, es de gran beneficio que se ejecuten dichos movimientos, además de buscar cubrir la demanda posiblemente insatisfecha.	Generar exportaciones no tradicionales ayuda a que los productos sean reconocidos, y mejora la economía del país.

Apéndice C Entrevista Dirigida al Área Estratégica de Comercio Exterior.

Preguntas	Entrevistado 3: Ing. Paolo Roberto Duran, Ex supervisor del Terminal Portuario de Guayaquil.	Interpretación:
1) ¿Qué Estrategia de mercado cree usted que permitiría mejorar la relación como Proveedores de Rambután a la comunidad europea? Tomando en cuenta que aproximadamente 10 años se está generando Exportación de este producto No tradicional.	La estrategia más conveniente de uso es la estrategia de crecimiento en relación a la penetración de mercado esta ayuda que a través de buenas ideas se incentive a generar mayor consumo del producto aumentando la participación de mercado y por ende la relación proveedor-cliente.	Es decir que una estrategia para mejorar la relación proveedor-cliente sería la estrategia de crecimiento para incentivar un mayor consumo, y desarrollo del producto a través de la capacidad de respuesta y el nivel de atención de los clientes.

2) Tomando en consideración su nivel de Experiencia ¿Qué se podría realizar para intensificar la Promoción de Rambután hacia Europa? Considerando que se busca generar mayor reconocimiento del producto y a su vez mejorar el margen de rentabilidad.	Como se sabe en la actualidad podemos generar promoción de productos a través de varios métodos uno de los más factibles es las redes sociales debido a que la mayoría de los ciudadanos dedica un parte de su tiempo a estas, lo que generar una promoción bien elaborada se hace muy factible para darse a conocer.	Para intensificar las ventas y reconocimiento del producto se podría realizar lo que es la oferta de muestras gratis a los compradores y posibles clientes, esta estrategia hace sentir especial a los clientes y de una manera u otra se va fidelizando la interacción que existe entre comprador- vendedor.
3) ¿Qué Estrategia logística recomendaría para la optimización de costos?	El punto clave de la optimización de costos es la eficiente organización y planificación de cada una de las tareas a realizar, entre estas definir correctamente la trazabilidad del traslado del producto hasta la llegada de su destino.	La estrategia logística de distribución es considerada la más eficiente para generar lo que es un proceso eficiente que permite a su vez la optimización de recursos.
4) De acuerdo a su criterio ¿Cuál sería la estrategia de Negociación Aplicable para la exportación de Rambután, para obtenerla de la forma más Justa?	La estrategia de colaboración es la más convincente aplica la terminología ganar-ganar, misma que desarrolla el esfuerzo conjunto de las partes y que resulta favorable para las mismas.	Se puede decir que la estrategia que permita generar ganancias o de una manera u otra permita estar satisfechas a las partes es la indicada para generar negociaciones de nivel.
5) De acuerdo a su criterio ¿Qué estrategia podría ser conveniente utilizar para incrementar la productividad interna del Rambután a mayor escala?	Generar motivación a los integrantes inmersos de la producción es uno de los factores importantes al momento de buscar eficiencia y mejoras en la productividad.	Si se observa que existen procesos que ralentizan la producción se puede ejecutar como estrategia el cambio de procesos, para de esa manera generar eficiencia en la productividad, entre estos cambios las mejoras tecnológicas también influyen.
6) ¿Qué método estratégico de distribución de acuerdo a su experiencia podría ser más factible y rentable?	Analizando la perspectiva de expansión que se buscar generar, la estrategia de distribución más factible de realizar sería la de distribución extensiva ya que esta busca vender el producto en la mayor cantidad de establecimientos posibles.	Se puede aplicar la estrategia de distribución intensiva que trata de que los productos estén en todos los puntos de ventas.

7) según su experiencia ¿Cuáles serían las estrategias de control de calidad que se aplicarían para generar la exportación de Rambután, considerando que debe implementarse un comercio justo y orgánico?	Considerando que se busca distribuir productos orgánicos y de calidad la estrategia aplicable para el control de la misma sería la sistematización y evaluación de la calidad del producto, esta estrategia permite valorar el producto desde la empresa y ver si son adecuados o deben mejorarse para la captación de mercado.	Generar un buen control en el monitoreo de la producción permite tener un índice de calidad elevado debido a que desde el proceso de producción se determina las fallas o contaminantes del producto para poder combatirlo.
8) ¿Qué estrategia aplicaría usted para Generar la expansión en Exportaciones de Rambután al mercado alemán?	Ir mejorando los productos es una estrategia que permite expandirse en el mercado, esto se basa en la percepción del cliente hacia el producto, lo que hace realizar modificaciones en la presentación del mismo para crear nuevas características que refuerzan su valor.	La estrategia de innovación es una que ayuda a mejorar el prestigio del producto hacia los clientes.
9) Desde su punto de vista ¿Cómo podría aumentar la capacidad de producir Rambután de calidad en Ecuador?	Se puede aumentar la capacidad de producir rambután de calidad a través de controles constante en la aplicación de productos que permitan generar abundancia en la producción del fruto.	La estrategia de expansión y la inversión que se realice ayuda a elevar la capacidad productiva.
10) ¿Qué tan conveniente cree que pueda ser la aplicación de socios productivos y comerciales para la expansión del producto?	Es muy buena idea debido a que se optimizarían costos de inversión ya que se encontrarían distribuidos en quienes conformen el equipo.	Estos permitirían generar más productividad del fruto a ofertar y a su vez aumentar las ventas del mismo.
11) como punto estratégico ¿Cree usted que sería más conveniente generar valor agregado al fruto? Como por ejemplo Pulpa de Rambután Enlatado.	Si porque de esta manera el consumidor adquiere directamente la pulpa del fruto y son detalles que la demanda siempre está pendiente, por lo general el consumidor busca facilidades y calidad.	Claro que si esto permite posicionar de una forma diferente el producto y a su vez genera mejores beneficios para quienes se dedican a la exportación del producto con el valor agregado.
12) De acuerdo a su experiencia ¿Qué estrategia aplicaría para garantizar implementación efectiva del acuerdo en relación a las tendencias de comercio justo y orgánico?	La estrategia más factible es el dialogo o negociación que se ejecute entre las naciones para que de esta manera no se falte a los principios del comercio justo.	Generar reglamentos de control es una estrategia que se puede ejecutar de manera implícita al comercio justo y de esta manera se pueda controlar cada situación que evada la ejecución de alguno de los principios de comercio justo y orgánico.

Apéndice D Validación de instrumentos de Investigación por Lcdo. Wilson Molina,

Msc.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO
EXTERIOR
TRABAJO DE TITULACIÓN



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente instrumento es recopilar información de la investigación para el trabajo de titulación: **“Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de rambután (achotillo) a la comunidad europea-Alemania.”**

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigativa y de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar los instrumentos que se utilizarán en la recopilación de la información.

Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceré que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

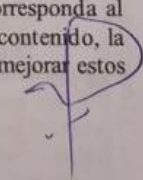
1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de las tendencias de comercio justo y orgánico en el sector productivo ecuatoriano, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		X	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		X	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		X	
Su intuición sobre el tema abordado.		X	

Para efectuar la validación del instrumento, usted debe leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y/o profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y cualquier otro aspecto que considere relevante para mejorar estos instrumentos de investigación.



Técnicas de recolección de datos cualitativos														
Técnicas de recolección de datos		Entrevista dirigida a expertos sobre el tema de políticas de comercio justo y orgánico en el Ecuador.												
Ítem														
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si
Claridad de la redacción														
Coherencia interna														
Inducción a la respuesta (sesgo)														
Lenguaje adecuado con el nivel del informante														
Mide lo que pretende														
Observaciones														

Objetivos
Objetivo general: Identificar el impacto que tiene la implementación de políticas y/o prácticas de comercio justo y orgánico para incentivar la producción del rambután con fin de exportación al mercado alemán.
Objetivos específicos:
 1. Determinar la situación del sector ecuatoriano en la producción de rambután y establecer su oferta exportable.
 2. Identificar los procedimientos aduaneros aplicables a la exportación definitiva de Rambután.
 3. Detallar el comportamiento de la exportación de la fruta no tradicional rambután (achochillo) e identificar los principales factores que obstaculizan su exportación a la comunidad europea.
 4. Analizar las políticas o prácticas del comercio justo en Ecuador.

Hipótesis: El incentivo a los productores mediante prácticas de comercio justo y orgánico permitirá incrementar la oferta exportable de rambután al mercado alemán fomentando el desarrollo de la economía del país y los productores.

Variable independiente: Aplicación de prácticas de comercio justo.
Variable dependiente: Incremento en la oferta exportable de rambután al mercado alemán.

Fuente: Briones Kusactay Víctor Hugo. (2017). *Validación de Instrumentos de Investigación*.

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la entrevista		X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación		X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial		X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir		X		
VALIDEZ				
Aplicable: ✓		No aplicable:		
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validado por:	Leop. Wilson Florina, TSC	Fecha:	18-08-2020	
Teléfono:	0984709859	Correo:	Wilson.molina@ug.edu.ec	C.I. 0912872496
Grado de Instrucción	Cuanto Nive	Firma		

Apéndice E Validación de instrumentos de Investigación por Ing. Cristian Correa

Moran, MAE.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO
EXTERIOR**



**TRABAJO DE TITULACIÓN
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto, el objetivo del presente instrumento es recopilar información de la investigación para el trabajo de titulación: **“Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de rambután (achotillo) a la comunidad europea.”**.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigativa y de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar los instrumentos que se utilizarán en la recopilación de la información.

Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceré que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de las tendencias de comercio justo y orgánico en el sector productivo ecuatoriano, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									✓	

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	✓		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		✓	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.	✓		
Su intuición sobre el tema abordado.	✓		

Para efectuar la validación del instrumento, usted debe leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden

seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y/o profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y cualquier otro aspecto que considere relevante para mejorar estos instrumentos de investigación.

Técnicas de recolección de datos cualitativos																
Objetivos Objetivo general: Identificar el impacto que tiene la implementación de políticas y/o prácticas de comercio justo y orgánico para incentivar la producción del rambután con fin de exportación al mercado europeo. Objetivos específicos. - Determinar la situación del sector ecuatoriano en la producción de rambután y establecer su oferta exportable. - Identificar los procedimientos aduaneros aplicables a la exportación definitiva de Rambután. - Detallar el comportamiento de la exportación de la fruta no tradicional rambután(achotillo) e Identificar los principales factores que obstaculizan su exportación a la comunidad aymara Hipótesis: El incentivo a los productores mediante prácticas de comercio justo y orgánico permitirá incrementar la oferta exportable de rambután al mercado europeo fomentando el desarrollo de la economía del país y los productores. Variable independiente: Aplicación de prácticas de comercio justo. Variable dependiente: Incremento en la oferta exportable de rambután al mercado europeo.	Técnicas de recolección de datos		Entrevista dirigida a expertos sobre el tema de políticas de comercio justo y orgánico en el ecuador.													
	Ítem		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Claridad de la redacción	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		No														
	Coherencia interna	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		No														
	Inducción a la respuesta (sesgo)	Si														
		No	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		No														
Mide lo que pretende	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	No															
Observaciones																

Fuente: Briones Kusactay Víctor Hugo. (2017). Validación de Instrumentos de Investigación

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la entrevista		✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación		✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial		✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir		✓		
VALIDEZ				
Aplicable: ✓		No aplicable:		
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validado por: Ing. Cristian Esteban Correa Moran, MAE		Fecha: 24-SEP-2020		
Teléfono: 099 450 1641		Correo: cristian.corream@ug.edu.ec		C.I.: 0917680779
Grado de Instrucción: Magister en Administración de Empresas		Firma  Firmado electrónicamente por: CRISTIAN ESTEBAN CORREA MORAN		

Apéndice F Validación de instrumentos de Investigación por Ec. Luis Asencio

Cristóbal.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO
EXTERIOR**



**TRABAJO DE TITULACIÓN
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Estimado experto, el objetivo del presente instrumento es recopilar información de la investigación para el trabajo de titulación: **“Análisis de las nuevas tendencias del comercio justo y orgánico, para la exportación de rambután (achotillo) a la comunidad europea.”**.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigativa y de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar los instrumentos que se utilizarán en la recopilación de la información.

Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceré que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

- 3. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de las tendencias de comercio justo y orgánico en el sector productivo ecuatoriano, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								✓		

- 4. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz**

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		✓	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		✓	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		✓	
Su intuición sobre el tema abordado.		✓	

Para efectuar la validación del instrumento, usted debe leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y/o profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa

a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y cualquier otro aspecto que considere relevante para mejorar estos instrumentos de investigación.

Técnicas de recolección de datos cualitativos																
Objetivos Objetivo general: Identificar el impacto que tiene la implementación de políticas y/o prácticas de comercio justo y orgánico para incentivar la producción del rambután con fin de exportación al mercado europeo. Objetivos específicos. 5. Determinar la situación del sector ecuatoriano en la producción de rambután y establecer su oferta exportable. 6. Identificar los procedimientos aduaneros aplicables a la exportación definitiva de Rambután. 7. Detallar el comportamiento de la exportación de la fruta no tradicional rambután(achotillo) e Identificar los principales factores que obstaculizan su exportación a la comunidad aymara Hipótesis: El incentivo a los productores mediante prácticas de comercio justo y orgánico permitirá incrementar la oferta exportable de rambután al mercado europeo fomentando el desarrollo de la economía del país y los productores. Variable independiente: Aplicación de prácticas de comercio justo. Variable dependiente: Incremento en la oferta exportable de rambután al mercado europeo.	Técnicas de recolección de datos		Entrevista dirigida a expertos sobre el tema de políticas de comercio justo y orgánico en el Ecuador.													
	Ítem		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Claridad de la redacción	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		No														
	Coherencia interna	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		No														
	Inducción a la respuesta (sesgo)	Si														
		No	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		No														
Mide lo que pretende	Si	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	No															
Observaciones																

Fuente: Briones Kusactay Víctor Hugo. (2017). Validación de Instrumentos de Investigación

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la entrevista		✓		
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación		✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial		✓		
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los items a añadir		✓		
VALIDEZ				
Aplicable: ✓		No aplicable:		
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validado por:	Econ. Luis Roberto Asencio Cristóbal	Fecha:	25-SEP.- 2020	
Teléfono:	0997342218	Correo:	luis.asencioc@ug.edu.ec	C.I. 0915338255
Grado de Instrucción Cuarto Nivel		Firma		