



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE COMERCIO**  
**EXTERIOR**

“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”

PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

“ESTRATEGIAS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMARÓN ECUATORIANO AL  
MERCADO CHINO”

AUTOR: ING. CARLOS MANUEL TRUJILLO RODRÍGUEZ

TUTORA: ECON. BELLA DEL ROCÍO GARABIZA CASTRO, MSc.

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**SEPTIEMBRE 2016**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

**TÍTULO: ESTRATEGIAS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMARÓN ECUATORIANO AL MERCADO CHINO**

**AUTOR: ING. CARLOS TRUJILLO RODRÍGUEZ**

**REVISORES:**

**INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS**

**CARRERA: MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR**

**FECHA DE PUBLICACIÓN: 2016**

**NO. DE PÁGS: 40**

**ÁREA TEMÁTICA: NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PALABRAS CLAVES: EXPORTACIONES DE CAMARÓN, COMERCIO EXTERIOR, CHINA, SECTORES PRODUCTIVOS.**

**RESUMEN:**

Se observó el problema de exportación de camarón al mercado asiático, especialmente a China, la disminución en ventas y el potencial que existe para ese mercado, la investigación se desarrolló con el fin de proponer estrategias que ayuden a fortalecer los aspectos de comercio exterior entre Ecuador y China.

**N° DE REGISTRO(en base de datos):**

**N° DE CLASIFICACIÓN: N°**

**DIRECCIÓN URL (tesis en la web)**

**ADJUNTO URL (tesis en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

SI  X

NO

**CONTACTO AUTORES/ES: CON**

**Teléfono: 0999611827**

**E-mail: carlos\_trujillo\_rodriguez@hotmail.com**

**CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:**

**Nombre: Econ. Natalia Andrade Moreira MSc. Secretaria de la Facultad de CC. EE.**

**Teléfono: 042292491 ext 108**

## **CERTIFICACIÓN DE LA TUTORA**

En mi calidad de tutora del Ing. Carlos Manuel Trujillo Rodríguez, del Programa de Maestría Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, nombrado por la Decana de la Facultad de Ciencias Económicas. CERTIFICO: que el Trabajo de Titulación Especial titulado: **Estrategias para la exportación de camarón ecuatoriano al mercado Chino**, en opción al grado académico de Magíster en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

**Atentamente**

**Econ. Bella del Rocío Garabiza Castro, MSc.**

**TUTORA**

Guayaquil, 12 de septiembre de 2016

## **DEDICATORIA**

**A LUCIANA Y MARTÍN. POR ELLOS  
Y PARA ELLOS.**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser pilar fundamental en mi vida, a mi familia, amigos y profesores que me ayudaron a salir adelante en los momentos difíciles de mi vida.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

---

**FIRMA**

**CARLOS MANUEL TRUJILLO RODRÍGUEZ**

## **ABREVIATURAS**

BCE: Banco Central del Ecuador.

COPCI: Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.

COMEXI: Ministerio de Comercio Exterior.

FEDEXPOR: Federación de Exportadores del Ecuador.

MIPRO: Ministerio de Industria y Productividad.

SENAE: Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador.

## TABLA DE CONTENIDO

### Contenido

Introducción.....	1
Delimitación del problema.....	2
Formulación del problema .....	4
Justificación .....	4
Objeto de estudio .....	5
Campo de acción o de investigación .....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos .....	5
La novedad científica.....	6
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>7</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
1.1. Teorías generales.....	7
1.2. Teorías sustantivas .....	9
1.3. Referentes empíricos .....	10
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>12</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>12</b>
2.1. Metodología.....	12
2.2. Métodos .....	13
2.3. Premisas o hipótesis .....	13
2.4. Universo y muestra .....	14
2.5. CDIU-Operacionalización de variables.....	14
2.6. Gestión de datos.....	16
2.7. Criterios éticos de la investigación.....	16
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>17</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>17</b>
3.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población.....	17
3.2. Diagnóstico o estudio de campo.....	17
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>29</b>
<b>DISCUSIÓN .....</b>	<b>29</b>
4.1. Contrastación empírica .....	29

4.2. Limitaciones.....	36
4.3. Líneas de investigación.....	36
4.4. Aspectos relevantes.....	37
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>38</b>
<b>LA PROPUESTA .....</b>	<b>38</b>
Conclusiones.....	39
Recomendaciones .....	40
Bibliografía.....	41

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: CDIU del estudio de caso .....	14
Tabla 2: Apertura comercial en las empresas camaroneras .....	24
Tabla 3: Contrato de ventas al exterior en el último año .....	25
Tabla 4: Destino del camarón ecuatoriano.....	26
Tabla 5: Empresas asociadas a gremios camaroneros nacionales .....	27
Tabla 6. Producto promocionado por medio de la feria en China .....	28
Tabla 7: Participación porcentual de las exportaciones a China frente a las exportaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015 .....	30
Tabla 8: Importaciones realizadas desde China frente a las importaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015. Miles de dólares. ....	33
Tabla 9: Exportaciones de camarón a China frente al saldo de la Balanza Comercial del Ecuador. Período 2012-2015. Miles de dólares. ....	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Apertura comercial en las empresas camaroneras.....	24
Figura 2: Contrato de ventas al exterior en el último año.....	25
Figura 3: Destino del camarón ecuatoriano .....	26
Figura 4: Empresas asociadas a gremios camaroneros nacionales .....	27
Figura 5: Producto promocionado por medio de la feria en China.....	28
Figura 6: Exportaciones de camarón a China frente a las exportaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015. Miles de dólares .....	30
Figura 7: Participación de las importaciones desde China frente a las importaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015.....	33

## **Resumen**

En el presente trabajo, se expusieron estrategias para aumentar las exportaciones de camarón ecuatoriano hacia el mercado asiático, específicamente a China, con el fin de mejorar la balanza comercial. La metodología es cualitativa y cuantitativa es decir, mixta, es cualitativa porque relaciona las variables de cualidad en el análisis, las sintetiza y las compara con resultados, y es cuantitativo porque se tabulan los resultados y se los gráfica. El objetivo general es: Diseñar estrategias para incrementar las exportaciones de camarón ecuatoriano al mercado Chino. Los objetivos específicos son: Determinar la participación porcentual de las exportaciones de China frente a las exportaciones totales del Ecuador en los años 2012-2015, Cuantificar las importaciones desde China frente a las importaciones totales del Ecuador en los años 2012-2015, Evaluar mediante entrevistas las estrategias de comercio exterior que han diseñado las empresas exportadoras de camarón en el país y Desarrollar una propuesta que incremente las ventas de camarón a China. Como conclusión se puede determinar que la participación de las exportaciones de camarón a China en el total exportable ha mantenido una tendencia creciente a lo largo del período 2012-2015, dicho crecimiento fue del 48% (2012-2015). Sin embargo, esas exportaciones pueden incrementarse, proponiendo estrategias para que puedan ser acogidas por los gremios y autoridades.

**Palabras claves:** Exportaciones de camarón, comercio exterior, China, sectores productivos.

## Summary

This study is about increase exportations to shrimp to China suggesting strategies or guidelines for a better way Ecuadorian to export shrimp to the Asian market, in order to improve the trade balance and maintain excellent business relations with this market were exposed. The methodology is qualitative and quantitative is mixed, is qualitative because quality related variables in the analysis, synthesizes and compares results, and quantitative because results are tabulated and the graph. The overall objective is: To design strategies to increase Ecuadorian shrimp exports to the Chinese market. The specific objectives are: Determine the percentage share of China's exports face Ecuador's total exports in the years 2012-2015, imports from China Quantify against Ecuador's total imports in the years 2012-2015, assess through interviews foreign trade strategies that are designed shrimp exporters in the country and develop a proposal to increase shrimp sales to China. In conclusion it can be argued that the share of exports of shrimp to China in the total export has kept increasing over the period 2012-2015 trend, this growth was 48% (2012-2015). However, these exports may increase foreign trade proposing strategies shrimp to that market in order to boost exports of that product.

**Keywords:** Shrimp exports, foreign trade, China, productive sectors.

## Introducción

Ecuador es un país que exporta productos sin valor agregado, es decir, vende materias primas, su fuente principal de ingresos es la exportación de petróleo crudo, aprovechando los recursos naturales para comercializarlos al exterior con el objetivo de dinamizar la economía nacional teniendo una agresiva política fiscal.

Entre los productos tradicionales se encuentra el camarón, si bien ha tenido una tendencia creciente en los últimos años, hay que destacar que este crecimiento exportador obedece a las condiciones de calidad intrínseca que posee el crustáceo, sin embargo, hay es necesario hacer hincapié que el camarón en el mercado exterior es poco competitivo por el precio, en comparación con países con los países productores de ASIA (Tailandia, India, Vietnam), que tienen un costo de mano de obra muy por debajo que la ecuatoriana y tienen moneda propia, lo cual les permite devaluar y ser más competitivos, permitiendo abaratar los costos, apabullando el producto nacional.

Las exportaciones ecuatorianas totales en el año 2012, tuvieron un ritmo de crecimiento anual del 21,65% con relación al año 2011, luego, en el año 2013, las exportaciones registraron un incremento del 6,41% con respecto al año inmediato anterior. La oportunidad de apertura de mercado de venta potencial se dirige hacia China. En el año 2014, dichos países elevaron sus importaciones desde Ecuador entre el 54,2% y el 120,6%, entre los productos más demandados están el petróleo, el aceite bruto de palma, atún, camarones y chocolate.

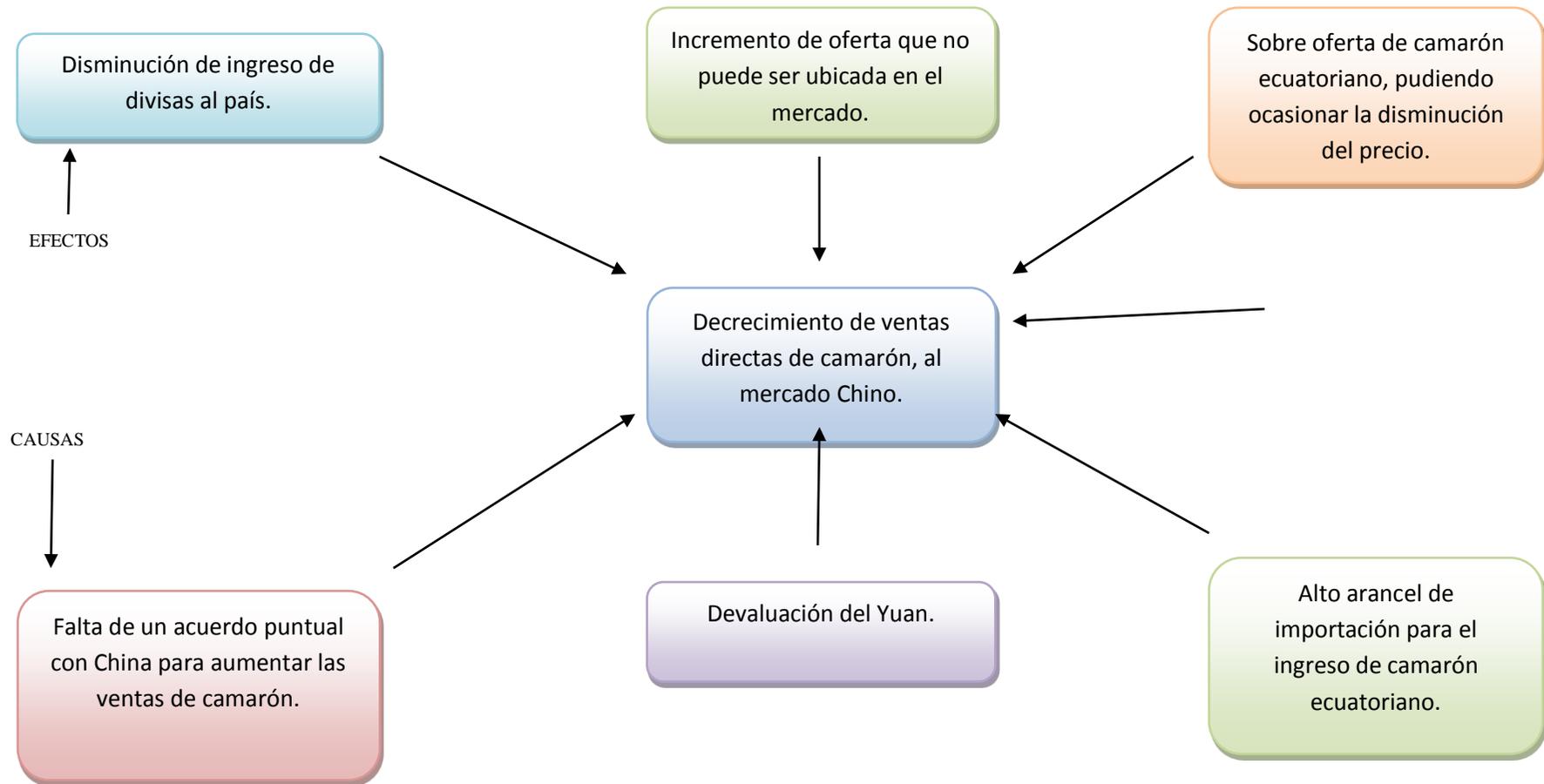
Ecuador para el año 2015 tuvo una perspectiva de crecimiento en las exportaciones hacia China, deben crear nuevas alianzas estratégicas y poder abarcar más países para la exportación del camarón nacional, así incrementar las ventas en ese mercado.

Este último dato es de mucha importancia, porque demuestra que se van aumentando los nexos con ese país y si se trata de vender productos, hay que aprovechar todas las oportunidades, pues es uno de los países más poblados del mundo, su ingreso per-cápita está aumentando y está surgiendo un segmento de mercado de consumidores cada vez más exigiendo a calidad.

### **Delimitación del problema**

La investigación se la delimita en espacio y tiempo, en espacio físico, porque se desarrollará dentro de las empresas exportadoras de camarón, para conocer información más cercana y real del tema. Y, en tiempo porque se recopilarán datos del año 2015.

## Árbol del problema



## **Formulación del problema**

¿La inexistencia de un acuerdo comercial de camarón con China, ha provocado un decrecimiento de ventas directas de camarón en dicho mercado?

## **Justificación**

Ecuador ha aumentado sus ventas de camarón de manera significativa hacia Vietnam, siendo este, uno de los países más grandes que producen y exportan el producto a nivel mundial. Las enfermedades que azotan a los crustáceos en Centroamérica y algunos países Asiáticos, sumado a la siembra del camarón denominado BLACK TIGER, han ocasionado un déficit, en los suministros y por tanto, un incremento en los precios, lo que brinda buenas oportunidades de ventas; sin embargo, ¿Qué sucederá cuando los países productores se recuperen de su problemas y cambien el tipo de camarón que siembra hacia el camarón blanco, el mismo tipo que exporta Ecuador? Las exportaciones ecuatorianas disminuirán, y no sólo se perderá el mercado Chino, sino que también se eliminaría la oportunidad de proveer directamente el crustáceo hacia otros mercados en donde habría un nicho para el camarón ecuatoriano, mercados que demanden calidad y no solo un precio más bajo.

Por ese motivo, la presente investigación busca diseñar estrategias de apertura de mercado hacia China con el objetivo de incrementar las exportaciones de camarón ecuatoriano hacia dicho mercado de forma directa, y pretende incorporar un estudio de estrategia comercial, abriendo nuevos mercados como opciones para vender el camarón ecuatoriano.

Los problemas de la producción local de camarón enchina son: virus, uso excesivo de productos químicos, la mala crianza y alimentación de mala calidad.

La investigación está enmarcada en cantidades, espacio y tiempo, se analizarán los volúmenes exportados de camarón ecuatoriano hacia China. También se analizarán las estrategias comerciales que han existido con esos países, con el objetivo de evaluar y determinar los límites que rigen la investigación, dando un aporte económico y social al país.

### **Objeto de estudio**

El objeto de estudio son las exportaciones de camarón ecuatoriano hacia el mercado Chino.

### **Campo de acción o de investigación**

El campo de estudio son las estrategias de comercio exterior para incrementar las exportaciones de camarón ecuatoriano hacia el mercado Chino.

### **Objetivo general**

Diseñar estrategias para incrementar las exportaciones de camarón ecuatoriano al mercado Chino.

### **Objetivos específicos**

Determinar la participación porcentual de las exportaciones a China frente a las exportaciones totales del Ecuador en los años 2012-2015.

Cuantificar las importaciones desde China frente a las importaciones totales del Ecuador en los años 2012-2015.

Evaluar mediante entrevistas las estrategias de comercio exterior que han diseñado las empresas exportadoras de camarón en el país.

Desarrollar una propuesta que incremente las ventas de camarón a China sin que el producto pase por Vietnam.

### **La novedad científica**

Se genera en la investigación que se realiza, debido a que se muestran las nuevas estrategias para exportar camarón en mayores cantidades a un mercado con gran potencial, lo que ayudará a las empresas que deseen incursionar y aumentar sus ventas en un mercado no tradicional.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Teorías generales

El comercio exterior son las transacciones de bienes o servicios que se realizan entre países, por medio de acuerdos bilaterales en función de dinamizar el mercado de bienes y/o servicios, sin embargo dichas transacciones deben estar ligadas a estrategias que deben ser diseñadas e implementadas por los países, con el fin de eliminar las trabas y realizar el intercambio, inyectando liquidez, promoviendo el comercio legal entre fronteras, y estableciendo acuerdos o tratados comerciales, mejorando así el intercambio comercial de los países. Las políticas de comercio exterior, son dictadas por el Estado y sus entes reguladores como Ministerios, Secretarías y/o entes encargados de recaudación tributaria. En una economía dolarizada, es necesario mantener relaciones comerciales que incrementen las exportaciones, abrir nuevos mercados y firmar acuerdos comerciales con países que oferten bienes y servicios complementarios. (Samuelson, 2012)

Existen amplios beneficios al aplicar estrategias de comercio exterior, es por esto que han existido teorías a modo general que estimulan la liberalización del comercio exterior, entre ellas las de Adam Smith. David Ricardo indica, que la teoría de la ventaja absoluta propuesta por Smith, en contraparte, a la teoría de la ventaja comparativa expuesta por Ricardo, donde critica directamente lo propuesto por el anterior autor, sosteniendo que es indispensable la intervención estatal para regular el mercado de bienes y servicios. (Ricardo, 2013)

Adam Smith por su parte hace hincapié en que un país debe especializarse en el producto que más fortaleza posee, de esta manera tendrá una mayor ventaja, o un mayor beneficio con el país con el cual realiza el intercambio comercial, y es por esto que sostiene: “a mayor

producción de un producto determinado, existirá un incremento de producción y por ende de distribución, mejorando las relaciones comerciales entre países” (Smith, 2010)

Smith apoyaba el libre comercio, es decir, tranzar bienes y servicios a modo de que no existan barreras arancelarias, en el corto y mediano plazo le trajo problemas con David Ricardo donde sostenía que era necesario regular el comercio internacional vía aranceles, dichos impuestos a la importación tiende a no inundar de mercancías extranjeras los mercados nacionales, es por esto que la necesidad de crear estrategias o alianzas con gremios de empresas productoras es vital, no sólo por la mano invisible, de la oferta y demanda, se regulará solo el mercado, como lo sostenía Smith. En la actualidad se hace evidente formar acuerdos que estipulen un intercambio limpio y eficaz entre países, es por esto que se han conformado bloques de integración económica, para proponer la liberalización de ciertos productos que ayuden a mejorar el comercio exterior.

Incursiona David Ricardo con los conceptos y su teoría del valor de uso y valor de cambio, el valor de uso sostiene Ricardo que es el destino final que el consumidor le otorga a dicha mercancía, todo bien es ofertado con un fin determinado, es decir, para cubrir una necesidad el demandante de esa mercancía le otorgará el uso que se requiera. Por otro lado, el valor de cambio es el intercambio que existe en el mercado sea local, nacional e internacional.(Ricardo, 2013)

Otro autor que señala el dinamismo estratégico del comercio exterior es Mercado (2012), quien sostiene que la llegada de productos extranjeros a un país son beneficiosos debido a que atrae la inversión al país, genera empleo y mejora los ingresos económicos de las empresas y familias como entes involucrados en el comercio internacional. (Mercado, 2012)

Finalmente se cita a Samuelson quien sostiene que los acuerdos comerciales estratégicos entre países deben ser primordiales, acordar impuestos mejora la competitividad de los

productos, los aranceles deben estar presentes en la firma de convenios internacionales, pactar una buena relación servirá para dinamizar las exportaciones e importaciones y por ende mejorar los saldos comerciales. (Samuelson, 2012)

## **1.2. Teorías sustantivas**

De acuerdo al estudio de Rodríguez (2012), la importancia del comercio internacional radica en las relaciones comerciales que existan entre los países, sin imponer barreras que limiten el acceso a mercados de bienes y servicios que restrinjan el poder adquisitivo y por ende la inversión y el trabajo, crear límites implica imponer en el consumidor final adquirir productos únicamente nacionales, atentando así con la variable de gustos y preferencias en la demanda de productos, esta variable es vulnerable debido a que está en la mente del consumidor comprar o no, dicho bien. (Rodríguez, 2012)

En economías en vías de desarrollo se destaca como punto central y básico el exportar más y el importar en una cuantía considerable, con el fin de mejorar los saldos comerciales, es necesario que dichas economías prioricen los flujos de capitales es decir, la inyección de liquidez como medio para fortalecer indicadores socioeconómicos como el empleo, el ingreso y la inversión. (Ocampo, 2012)

Hay que recalcar lo expuesto por Falconí (2010), donde sostiene que no toda estrategia es buena para el comercio internacional, alguna de estas pueden perjudicar a un tercer país oferente o demandante, es decir, lo puede desplazar del intercambio comercial, de una nación con otra, perjudicando la producción interna de las empresas, este país que ya no ha realizado acuerdos comerciales debe buscar otros mecanismo, nuevos mercados, nuevas estrategias que ayuden a reactivar el sistema productivo y comercial interno. (Falconí, 2010)

### 1.3.Referentes empíricos

2. OMARSA, comenzó a funcionar en 1982 en una superficie de más de 16.000 metros cuadrados y está ubicada en Guayaquil, la ciudad más grande en el Ecuador. El proceso en la planta arranca al recibir el camarón fresco de excelente calidad proveniente de las fincas propias o de proveedores calificados, luego de un análisis riguroso y sistemático de calidad. Dependiendo de las necesidades específicas y pedidos de los clientes, el camarón se procesa entero, sin cabeza o pelado, manteniendo siempre su frescura y textura. En 1.000 hectáreas en producción de la empresa, se cosecha aproximadamente 2 millones de libras de camarón por año. (OMARSA, 2016)
3. De acuerdo con la Ing. Priscila Leonor Arias Aquino, en el trabajo titulado: “Impacto en las finanzas de las empresas de la industria camaronera, de los cambios en la legislación que afecten a la importación de insumos para este sector. 2010-2014”, en el año 2014, las exportaciones de camarón constituyen el tercer rubro de exportaciones del país, detrás del petróleo y el banano, representan un 7% del valor total de las exportaciones ecuatorianas. A los Estados Unidos es exportado más del 40% de camarón ecuatoriano, sin embargo el país busca expandirse hacia nuevos mercados, es decir, más del 20% es exportado a países de Europa, donde Francia y España son los mercados más importantes. Entre un 8% y 12% son exportados a Asia, donde China es el principal comprador seguido por Japón, Corea y Taiwán. (Aquino, 2014)
4. De acuerdo al autor Fanny Chipantiza Sudario en su trabajo titulado: “Plan estratégico de exportación de camarón ecuatoriano para el mercado de Dubái, Emiratos Árabes Unidos”. En Emiratos Árabes Unidos la mayoría de los camarones son importados principalmente desde India, Tailandia, Vietnam y también por los países cercanos del Golfo, como Omán. La demanda diaria estimada para el camarón en los Emiratos Árabes Unidos es de alrededor de 11 toneladas. Las importaciones de camarones del Medio Oriente en los

últimos cinco años (2010-2014) aumentaron sostenidamente a una tasa promedio anual de 15,2%. En 2013, la compra de dicho marisco sumó en EAU un total de USD \$95 millones. (Sudario, 2014)

5. El autor: Cruz Yance Joselyn Andrea, en su trabajo: "Análisis del comportamiento del sector exportador camarero ecuatoriano y su incidencia en el empleo, período 2010-2014", Ecuador exporta anualmente el camarón congelado a más de 30 países en el mundo y aproximadamente el 52% de estas ventas se destinan a los Estados Unidos. La Unión Europea es su segundo mercado en importancia, el cual captó en el año 2014 el 43% de estas exportaciones. Otros países tienen importancia para el camarón ecuatoriano con participación entre el 2% y 1% son Japón, Chile y Canadá. (Andrea, 2014)

## CAPÍTULO II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Metodología

La metodología de estudio en esta investigación se centra en ser cualitativa y cuantitativa, es decir, mixta, posee un análisis bibliográfico es decir, de estudios referentes que analizan las teorías que se han impuesto en el comercio exterior y las estrategias implementadas, cuyos resultados se los puede evaluar cuantitativamente, con gráficos y tablas que se incorporarán en el transcurso de la investigación, ayudando al lector a profundizar el tema abordado.

Las técnicas propuestas en este estudio investigativo se centran en realizar tres entrevistas y una encuesta a 20 empresas camaroneras más destacadas y que han sobresalido en las exportaciones del crustáceo a nivel de país.

**La entrevista:** será dirigida a los técnicos, administradores y encargados de comercio exterior de las empresas exportadoras de camarón, estas preguntas serán explicativas, abiertas, con opción a que el entrevistado pueda ahondar más en el tema y explicar las causas del problema a tratar.

La entrevista se la realizará porque se necesita saber cómo influiría un acuerdo comercial de camarón con China para aumentar las exportaciones hacia ese país.

**Visitas de campo:** otra técnica empleada fueron las visitas de campo, es decir, que el investigador fue a las plantas productoras de camarón para conocer la logística de exportación del camarón, los insumos requeridos, los costos implícitos, y la aplicación del precio final de acuerdo al mercado colocado, analizando de esta manera la competencia internacional.

## 2.2. Métodos

En el desarrollo de toda la investigación se aplicarán los siguientes métodos:

**Método bibliográfico:** se aplica dicho método porque se busca de una manera directa libros, textos, revistas, documentos científicos, que ayuden a fortalecer la problemática del tema abordado, mediante el empleo de este método se procederá también a realizar una contrastación con los estudios referentes empíricos, para evaluar sus resultados.

**Método histórico:** sirvió como referencia las exportaciones de camarón en el año 2014 y 2015, este análisis comparativo ayudó a evaluar las estrategias incorporadas en ese período para dicho sector, cuáles fueron los problemas y las soluciones.

**Método analítico:** se analizaron las diversas variables en el estudio tales como exportaciones, importación, producción de camarón, productividad, cadenas de valor, entre otros. El análisis será cuali cuantitativo, además comparativo y así solucionar el problema identificado.

**Método sintético:** se realizará una síntesis de las empresas productoras de camarón en el Ecuador, cómo se han incursionado en el mercado, cómo ha ido evolucionando su producción, los procesos productivos, las cadenas de valor, los insumos requeridos e importados, los principales competidores. La síntesis y el análisis van juntos, el uno prescinde del otro.

## 2.3. Premisas o hipótesis

El diseño de estrategias exportables, estimulará el sector camaronero en el Ecuador, mejorando las condiciones del mercado y estabilidad de los precios y competitividad.

## 2.4. Universo y muestra

El Universo del presente trabajo de investigación es el total de empresas camaroneras que existen en Ecuador, de acuerdo con la FEDEXPOR suman al 2014 un total de 125 empresas que se relacionan a producir camarón en Ecuador.

El tamaño de la muestra para evaluar son 20, son las empresas más representativas que se dedican a exportar camarón en Ecuador, con el fin de identificar cuáles son las que apertura mercados al exterior.

## 2.5. CDIU-Operacionalización de variables

En la siguiente tabla se puede mostrar la matriz CDIU en cuanto a las variables inmersas en el estudio de investigación, se clasifican en categorías, dimensiones, instrumentos y unidad de análisis.

**Tabla 1**

*Tabla 1: CDIU*

<b>CATEGORÍA</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>UNIDAD DE ANALISIS</b>
Empresarial	Estrategias empresariales, tipos de estrategias	Entrevista	Empresas camaroneras
Comercio Exterior	Exportación e importación de camarón ASIA	Observación (visitas de campo)	Sector camaronero. Estadísticas de Exportación.

**Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo**

**Categorías:** en el rubro categorías se ha seleccionado la empresarial y la internacional. La empresarial para evaluar la situación actual de las empresas vinculadas al sector camaronero como tal, la productividad, las que más producen, cómo lo hacen, los ciclos de producción, y cuánto es su participación en el mercado, a nivel nacional e internacional. Mientras que la categoría internacional es a nivel macro, se analizarán las exportaciones de camarón del Ecuador.

**Dimensiones:** se analizarán las estrategias empresariales, los tipos de estrategia que ha utilizado el sector del camarón para incrementar las ventas al exterior. Por otro lado, las dimensiones en la categoría internacional se destaca la salida de mercadería en el sector camaronero, dato que será proporcionado principalmente por el Ministerio de Comercio Exterior en el Ecuador, Pro Ecuador, FEDEXPOR y otras instituciones afines.

**Instrumentos:** el principal instrumento son las entrevistas, que serán realizadas a tres representantes de las principales camaroneras en Ecuador, se realizarán cinco preguntas que ayudarán a la recolección de datos de una forma directa. Por otro lado, la observación y visitas de campo servirán para apegarse más a la realidad del estudio.

**Unidad de análisis:** las empresas camaroneras y el sector camaronero son las unidades de análisis del estudio en el campo empresarial y de comercio exterior en el país.

## **2.6. Gestión de datos**

Los datos de la investigación se desarrollaron en las siguientes fases:

En primer lugar, se recolectará la información que ofrece el Ministerio de Comercio Exterior (COMEXI), la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

En segundo lugar, se identificarán las empresas que más representan el mercado de camarón en el Ecuador, en el contexto internacional.

Como tercera fase, se realizará un análisis de la evolución del sector camaronero en el período comprendido entre el año 2014-2015 en el Ecuador, con el fin de determinar el comportamiento del mismo.

Finalmente, con todos esos datos recopilados, se realizarán las conclusiones pertinentes y juicios de valor que procedan a este trabajo investigativo.

## **2.7. Criterios éticos de la investigación**

Se ha proporcionado el permiso pertinente para realizar la entrevista en las empresas camaroneras en el Ecuador, ocupando las instalaciones de las instituciones, se logró evaluar de una manera formal la problemática a tratar, proporcionando una posible solución al problema y es el análisis del sector como tal, proporcionando estrategias para sostener la producción y exportación de camarón en el mercado nacional, sin ser opacados por los productos extranjeros.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS**

#### **3.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población**

Se realizarán tres entrevistas con cinco preguntas cada una con el objetivo de fortalecer los aspectos de exportación de camarón a otros mercados, en este caso el chino, los datos serán evaluados y analizados cualitativamente en el desarrollo de la exportación de camarón en el Ecuador. La población involucrada son 20 empresas que se han tomado como referencia para evaluar la investigación, se las encuestarán con el fin de determinar la logística interna y externa junto con el apoyo gubernamental, explicando las ventajas y desventajas de exportar camarón al mercado asiático, específicamente al país de China.

#### **3.2. Diagnóstico o estudio de campo.**

A continuación se presentan las entrevistas realizadas a las empresas exportadoras de camarón en el Ecuador.

**Resultados de las entrevistas realizadas:**

**Primera entrevista:** Ing. Carolina Bordes Estrada, M.Sc

**Cargo:** Analista de Comercio Exterior.

**Empresa:** Camaronera MERCY.



- a) ¿Usted considera que las ventas de la camaronera han crecido debido a las estrategias de comercio exterior implementadas en esta empresa?

*Si, ya que hemos realizado una campaña agresiva de promoción y análisis del mercado externo, enfocándonos en buscar nuevos mercados y empresas importadoras.*

- b) ¿Nombre alguna estrategia que ustedes han implementado para aperturar mercados en Asia?

*Entre una de las estrategias ha sido enfocarnos en la calidad de nuestro producto, hay que recordar que Asia también exporta camarón.*

C) ¿Cree usted que el gobierno debe incentivar las estrategias a nivel de país en otros mercados?

*Sí, por supuesto, se debe abrir nuevos mercados, y los ya existentes fortalecerlos con el afán de incrementar las exportaciones nacionales, el Estado es una pieza clave que debe fortalecer la producción nacional y firmar acuerdos bilaterales que estimulen las ventas a nivel país.*

d) ¿Explique los mercados y las cantidades de exportación que realiza la empresa?

*El 50% de camarón es exportado principalmente a Estados Unidos, el otro 50% se lo divide entre ASIA y países de América del Sur, como Argentina, Chile y Colombia.*

e) ¿Destaque los aspectos positivos y negativos de la exportación camaronera a China?

*Uno de los aspectos positivos de la exportación de camarón a China, es el incentivo y dinamismo a la producción empresarial, el gobierno debe direccionar la producción con el fin de aumentar la exportación no petrolera y específicamente camaronera.*

*Un aspecto negativo sería la distancia, se deben sacar los costos implícitos en transporte y analizar la viabilidad de vender camarón al otro lado del mundo y con diferente precio.*

**Segunda entrevista:** Ing. Julio Naranjo Zambrano, MBA.

**Cargo:** Director de Comercio Exterior y logística de producción.

**Empresa:** Camaronera DELI S.A.



a) ¿Usted considera que las ventas de la camaronera han crecido debido a las estrategias de comercio exterior implementadas en esta empresa?

*Sí, una de las estrategias ha sido otorgar crédito directo a los importadores, siempre y cuando, nuestra aseguradora de crédito lo autorice y cubra.*

b) ¿Nombre alguna estrategia que ustedes han implementado para aperturar mercados asiáticos?

*Una de las estrategias ha sido comprar estadísticas de importación de camarón en los países donde nos queríamos enfocar, ha sido de gran ayuda esa información para tener claro el mercado.*

- c) ¿Cree usted que el gobierno debe incentivar las estrategias a nivel de país en otros mercados?

*Lógico, ayudaría muchísimo a incrementar nuestras ventas.*

- d) ¿Explique los mercados y las cantidades de exportación que realiza la empresa?

A Estados Unidos se les vende el 60% de la producción, seguido de un 20% a Brasil y Argentina y el otro 20% México.

- e) ¿Destaque los aspectos positivos y negativos de la exportación camaronera a China?

*Uno de los aspectos positivos es la buena gestión que realiza el gobierno actualmente promocionando la marca propia de Ecuador, no veo nada negativo.*

**Tercera entrevista:** Ing. Ricardo Vargas, MBA.

**Cargo:** Comercio Exterior. Mercado Asiático.

**Empresa:** OMARSA



a) ¿Cuál es el porcentaje de sus ventas con respecto al total que exportan hacia el mercado de ASIA?

Aproximadamente el 60% del total de nuestras exportaciones van a Asia, entre Vietnam y China.

b) ¿Cuál es el arancel y demás impuestos que paga el camarón ecuatoriano a ingresar a China?

Paga una serie de impuestos, el: MFN 5% (nación más favorecida), GEN 90%, VAT 17% y el ED 15% TOTAL= 127% al valor CFR.

c) ¿Cuánto paga en impuestos el camarón Vietnamita a ingresar a China?

*El 5% del valor CFR*

**d)** ¿Cuánto paga en impuestos el camarón Ecuatoriano al ingresar a Vietnam?

Del 0 al 3% del valor CFR.

**e)** ¿Cuánto ha sido exportado a Vietnam en US\$ en camarón el año 2015?

Unos \$600,000.00 valor FOB .

## Resultados de las encuestas a las camaroneras nacionales

### 1.- ¿En la empresa existe apertura comercial a la negociación internacional?

Tabla 2

Apertura comercial en las empresas camaroneras

Alternativas	Valores absolutos	Valores relativos
Sí	15	75%
No	5	25%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo

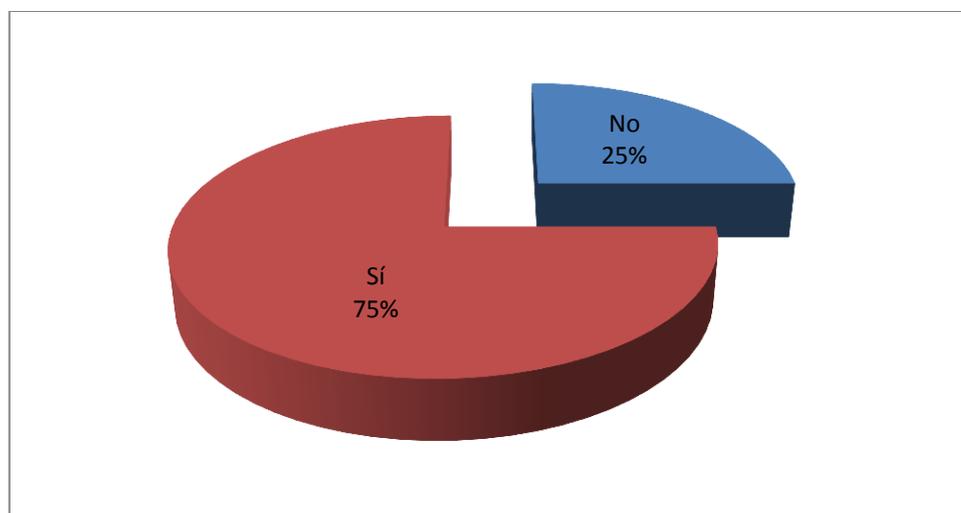


Figura 1. Apertura comercial en las empresas camaroneras

Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo

El 75% de las empresas camaroneras en el Ecuador posee apertura comercial con el exterior, no existen trabas a la exportación del crustáceo, sin embargo la cuarta parte de las empresas que se encuestaron (25%) como muestra el estudio, determinaron que no existe la apertura comercial debida para la salida del camarón al exterior, por falta de generación de promoción y conocimiento de potenciales compradores.

## 2.- ¿En el último año ha existido en la empresa nuevos contratos de venta al exterior?

Tabla 3

Contrato de ventas al exterior en el último año

Alternativas	Valores absolutos	Valores relativos
Sí	5	25%
No	15	75%
Total	20	100%

Elaborado por: Ing.. Carlos Trujillo

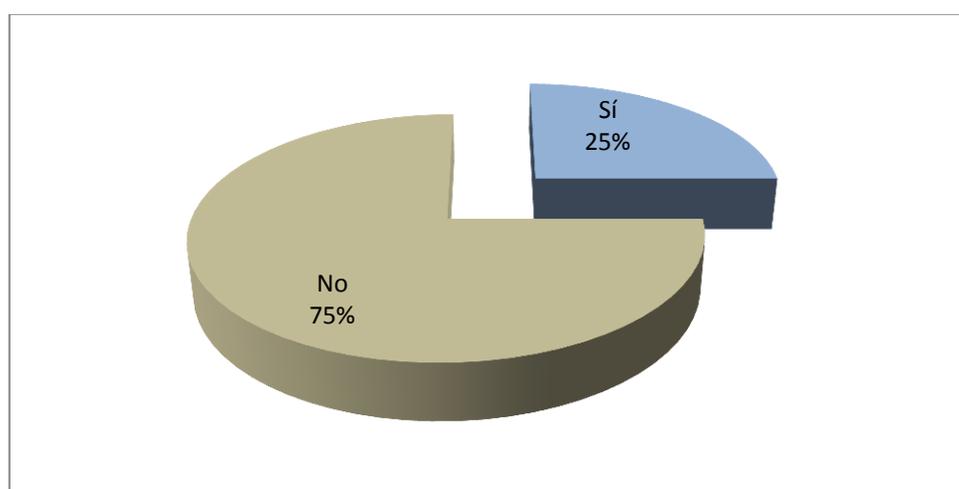


Figura 2. Contrato de ventas al exterior en el último año

Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo

El 75% de empresas encuestadas sostuvo que en el último año no han existido nuevos contratos de venta al exterior, es decir, no habido una apertura comercial eficiente. Estas empresas han continuado vendiendo su producto en el mercado interno, ya sea a exportadoras locales o a supermercados, el 25% de empresas camaroneras sostuvo haber firmado nuevos acuerdos comerciales con otros mercados.

### 3.- ¿Señale los mercados a los cuales la empresa les vende camarón?

Tabla 4

Destino del camarón ecuatoriano

Mercados	Valores absolutos	Valores relativos
Estados Unidos	8	40%
China	2	10%
Europa	6	30%
Países de América del Sur	4	20%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo

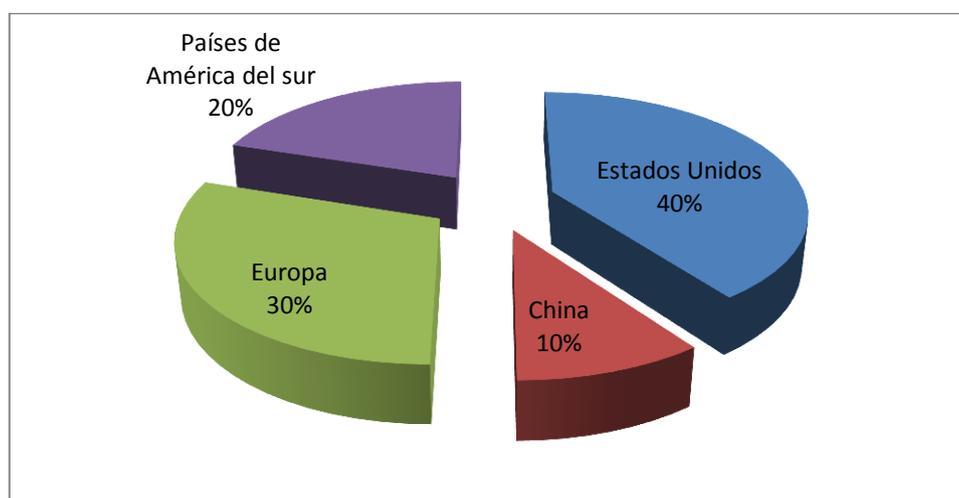


Figura 3. Destino del camarón ecuatoriano

Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo

Encabeza el 40% Estados Unidos como principal destino del camarón ecuatoriano, seguido de Europa en un 30%, América del sur en un 20% y finalmente China que representa al continente asiático en un 10% de destino principal de la ventas de camarón al exterior.

#### 4.- ¿La empresa pertenece a alguna asociación o gremio de exportadores nacionales?

Tabla 5

*Empresas asociadas a gremios camaroneros nacionales*

Alternativas	Valores absolutos	Valores relativos
Sí	20	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo*

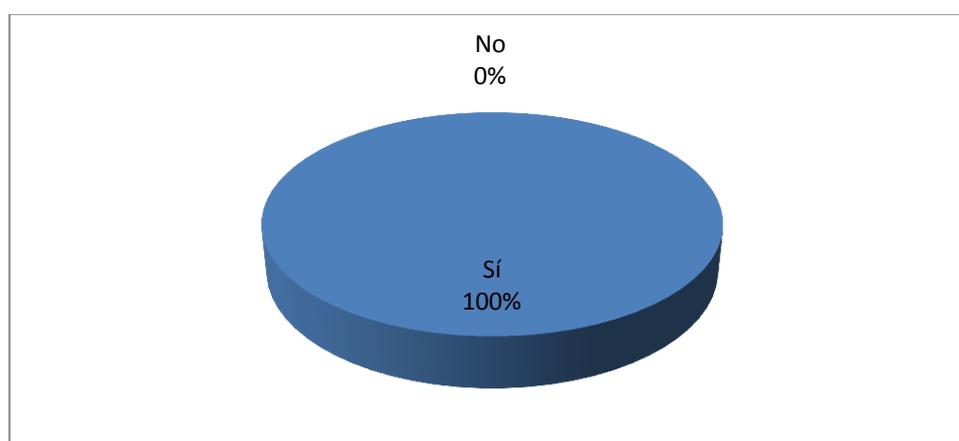


Figura 4. *Empresas asociadas a gremios camaroneros nacionales*

*Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo*

Todas las empresas encuestadas afirmaron pertenecer a gremios de exportadores nacionales, sin embargo, no existe una asociación provincial que se encargue de evaluar la logística interna local y así coordinar la cadena de valor del crustáceo.

### 5.- ¿El producto se ha promocionado en las ferias que realizan en China?

Tabla 6. Producto promocionado por medio de la feria en China

Alternativas	Valores absolutos	Valores relativos
Sí	5	25%
No	15	75%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Ing.. Carlos Trujillo

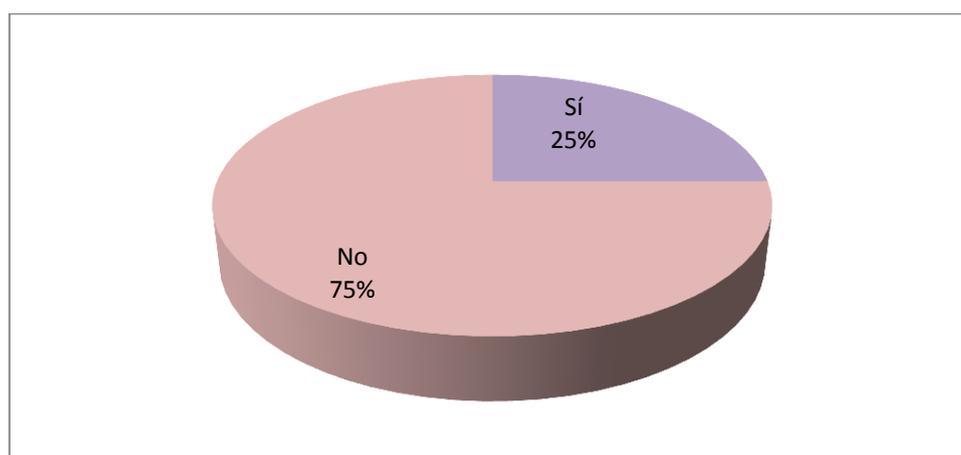


Figura 5. Producto promocionado por medio de la feria en China

Elaborado por: Ing. Carlos Trujillo

El 75% de las empresas encuestadas afirmó que el camarón no se lo promociona en las ferias Chinas, el 25% por consiguiente afirmó que sí se promociona el camarón en las ferias de China, lo que hace indispensable crear estrategias que solucionen dicho problema, para que el camarón ecuatoriana sea expuesto en dicho país.

## CAPÍTULO IV

### DISCUSIÓN

#### 4.1. Contratación empírica

Las exportaciones totales del Ecuador han ido creciendo de un año a otro, sin embargo, el producto con mayor cantidad exportable sigue siendo el petróleo, pero como se podrá observar existe una gran participación por parte de las exportaciones de camarón hacia el mercado Asiático.

El Ecuador es un país exportador de petróleo crudo, pese a ello, el aporte de las exportaciones no petroleras, tradicionales son muy importantes.

Las exportaciones de camarón han tenido un incremento importante, aunque en el año 2015 disminuyeron debido al aumento de los precios de los insumos que se requieren para la crianza del camarón, sin embargo la participación de las exportaciones de camarón hacia el mercado Asiático frente a las exportaciones totales del Ecuador, no disminuyeron, por el contrario fueron un aporte muy importante.

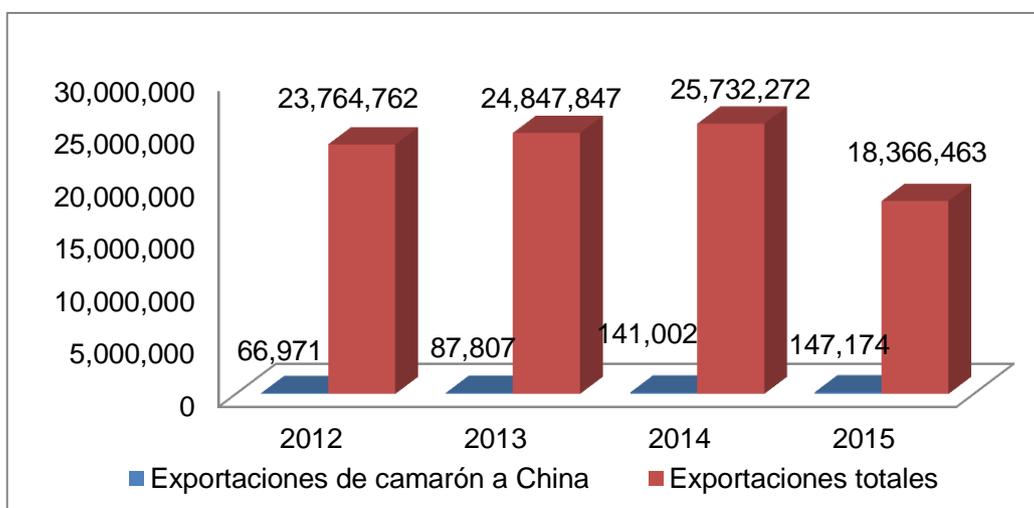
A pesar que el camarón es un producto tradicional de exportación, se puede desarrollar aún más de lo que hasta el año 2015 ha crecido, pero esto va a depender de la apertura de nuevos mercados y convenios que se den con mercados potenciales como el de China. A continuación se muestra en la participación de las exportaciones de camarón hacia China, por lo que representan un rubro que ayuda al crecimiento de las exportaciones totales y aportan al crecimiento del país.

Tabla 7

*Participación porcentual de las exportaciones a China frente a las exportaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015*

Años	Exportaciones de camarón a China	Exportaciones totales	Participación porcentual
2012	66.971	23.764.762	0,28%
2013	87.807	24.847.847	0,35%
2014	141.002	25.732.272	0,55%
2015	147.174	18.366.463	0,80%

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín 37.  
Elaboración: Autor.



*Figura 6. Exportaciones de camarón a China frente a las exportaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015. Miles de dólares*

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín 37.  
Elaboración: Autor.

Se puede decir que las exportaciones totales en su mayoría son petroleras y solo aproximadamente un 20% están distribuidas en el resto de productos no petroleros.

En el año 2012 las exportaciones de camarón alcanzaron una participación del 5,38% frente a las exportaciones totales, valor que se ha ido incrementando debido al aumento de las

exportaciones del producto, de este porcentaje el 0,28% pertenece a las exportaciones hechas a China como se observa en la tabla anterior.

Así mismo en el año 2013, las exportaciones de camarón tuvieron una participación del 7,18% comparado con las exportaciones de totales, de los cuales el 0,35% pertenecieron a las exportaciones de camarón hacia China.

En el año 2014 la participación de las exportaciones de camarón frente a las exportaciones totales fueron del 9,99%, el Ecuador supo aprovechar el desabastecimiento de los países asiáticos y ha podido incursionar en los mercados internacionales vendiéndoles a países que no le vendía, e incrementar la exportación a países como China el cual tuvo una participación del 0,55% frente a las exportaciones totales del Ecuador.

En el año 2015 las exportaciones de camarón no crecieron, sin embargo, las exportaciones totales tampoco crecieron, debido a la caída del precio del barril de petróleo y se exportó menos, teniendo un decrecimiento en las exportaciones totales, ya que en las exportaciones totales se encuentra la participación del petróleo, pese a esto las exportaciones del camarón hacia china, mantuvo una participación importante del 0,80%, frente a las exportaciones totales, manteniéndose en crecimiento, como ya se mencionó anteriormente.

Tal como se ha evidenciado, las exportaciones de camarón hacia china han tenido un aporte importante dentro de las exportaciones totales del Ecuador y como consecuencia, sobre el PIB del país, es por esto que el camarón es uno de los principales productos no petroleros de mucha importancia para la economía del país, y este aporte se ve reflejado en el saldo de la Balanza Comercial que aun continua con saldo negativo, pero que las exportaciones de camarón ayudan a contrarrestar en cierta medida este efecto, tomando en cuenta que puede incrementar si mantienen las relaciones comerciales con China.

### **Importaciones desde China**

Las importaciones del Ecuador han sido siempre mayor a las exportaciones ya que, el país no se ha desarrollado es decir, no se ha industrializado y solo se exporta materia prima, son pocos los productos que se les ha dado un valor agregado.

El gobierno actual, ha tratado de dinamizar la producción dándole apoyo al sector primario, en especial al camarón para que el país se pueda industrializar, implementado el plan del cambio de la Matriz Productiva, que consiste en darle un valor agregado al producto, pero además que sean de buena calidad y así pueda competir en los mercados internacionales, debido a las exigencias de estos.

Ya que así se podrían incrementar las exportaciones de productos elaborados de camarón, y por lo consecuente disminuir las importaciones de productos elaborados.

Sin embargo con la caída del precio del barril de petróleo este plan se ha visto afectado y se han restringido los créditos a los productores, además la falta de infraestructura han hecho que el Ecuador aún no se desarrolle en la medida que se espera.

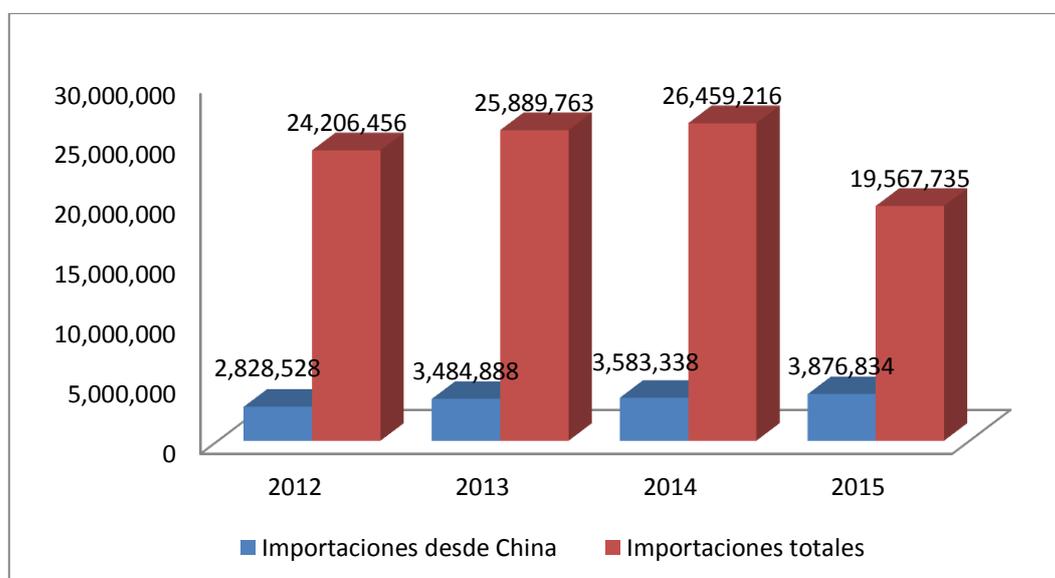
A continuación se podrá observar en el siguiente cuadro y grafico las importaciones totales frente las importaciones realizadas desde China que incluyen los productos del camarón, y como estas importaciones han seguido aumentando.

Tabla 8

*Importaciones realizadas desde China frente a las importaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015. Miles de dólares.*

<b>Años</b>	<b>Importaciones desde China</b>	<b>Importaciones totales</b>	<b>Participación porcentual</b>
2012	2.828.528	24.206.456	11,69%
2013	3.484.888	25.889.763	13,46%
2014	3.583.338	26.459.216	13,54%
2015	3.876.834	19.567.735	19,81%

*Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín 37.  
Elaboración: Autor.*



*Figura 7. Participación de las importaciones desde China frente a las importaciones totales del Ecuador. Período 2012-2015.*

*Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín 37.  
Elaboración: Autor.*

Las importaciones han sido mayores que las exportaciones siempre las han superado, pese a todas estas circunstancias, las importaciones totales en su mayoría son de derivados de petróleo, el Ecuador aún no ha podido superar este problema.

Las importaciones realizadas desde China frente a las importaciones de Ecuador del resto del mundo, no se han incrementado, en gran medida para el país, ya que en los periodos que se analizan de los años 2012-2015, la política de comercio exterior se ha enfocado en disminuir las importaciones para evitar la salida de divisas y proteger la dolarización.

Por otro lado se puede decir que el gobierno actual, ha dado el apoyo necesario a los productores ecuatorianos, fortaleciendo instituciones como PRO-ECUADOR, para fomentar las exportaciones ecuatorianas.

Con las salvaguardias, se restringen las importaciones ya que el producto extranjero sube de precio. Además el gobierno ha realizado una dura campaña promocionando a los ecuatorianos y extranjeros a consumir productos nacionales o hechos en Ecuador, de esta manera se ha protegido a los productores, reactivando la economía y haciendo que los dólares queden en el Ecuador y no se vayan.

Es por esto que la participación de las importaciones desde China frente a las importaciones totales del Ecuador en el año 2012 fueron de 11,69% la cual ha ido tenido una tendencia creciente, sin embargo se puede decir que no han crecido en gran medida, por lo que en el año 2013 la participación fue del 13,46% frente a las importaciones totales del Ecuador.

Siendo que para el año 2014 la participación de las importaciones desde China frente a las importaciones totales del Ecuador fue de 13,54% teniendo si bien es cierto un crecimiento pero que no es en gran medida que favorece al Ecuador comparado con el año 2013.

Mientras que para el año 2015 la participación de las importaciones desde China frente a las importaciones totales fueron del 19,81%, en este periodo crecieron más que comparado con las del año 2014, este crecimiento se debe también a las compras que los productores

realizan al exterior de productos que tienen complejidad en elaborarlos como son equipos de laboratorios, semillas certificadas, medicinas entre otros.

### **Saldo comercial**

El Saldo de la Balanza Comercial es negativo, a continuación se analizara en el siguiente cuadro y grafico los periodos 2012-2015 las importaciones totales frente a las exportaciones totales con y sin la participación del camarón, la cual se evidencia un gran saldo negativo.

*Tabla 9*

*Exportaciones de camarón a China. Período 2012-2015. Miles de dólares.*

<b>Años</b>	<b>Exportación de camarón a China</b>	<b>Incremento Porcentual</b>
2012	66.971	
2013	87.807	13.11%
2014	141.002	62.25%
2015	147.174	9%

*Elaboración: Ing. Carlos Trujillo.*

Esto es que si se incrementa la exportación de camarón a China, con nuevas estrategias y aperturas de mercados en otras provincias Chinas se podrá disminuir el déficit comercial.

## **4.2. Limitaciones**

Las limitaciones del presente estudio se centran en la realización de las entrevistas a las empresas camaroneras en el Ecuador, porque los empresarios y administradores son personas sumamente ocupadas, y era muy difícil obtener una entrevista directa, sin embargo, se tuvo que esperar para ser atendido, y obtener la información pertinente solucionando así el limitante.

Otro factor a destacar es la seguridad con que contaba cada piscina camaronera, para el ingreso a la industria había que utilizar medidas y normas de seguridad y salud ocupacional, trajes especiales, y guiarse por las señaléticas, lo que dificultaba la escritura, por lo que se optó por grabar la encuesta para luego transcribirla, y con la toma de fotografía ayudó a soportar de mejor manera la investigación.

Otro limitante es el ruido persistente en las piscinas. El ruido perturbaba la explicación del trabajador, que en ese momento exponía el proceso logístico del camarón, lo que fue sustentado con grabación y fotografías, evidencias de primera fuente.

## **4.3. Líneas de investigación**

La línea de investigación del tema es: Desarrollo local y emprendimiento socio económico sostenible y sustentable con antecedentes históricos y coyuntura económica.

#### **4.4. Aspectos relevantes**

El trabajo aporta al sector camaronero lo estimula para producir más y así mismo vender directamente a China, sin que pase por Vietnam, con la propuesta de la firma de un acuerdo comercial de camarón con China se podrá vender directamente el camarón nacional a este país asiático. Aportando de esta manera al desarrollo local y empresarial en el Ecuador, a la generación de empleo y a la generación de divisas para el Ecuador.

## CAPÍTULO V

### LA PROPUESTA

La propuesta se basa en las siguientes estrategias:

**1. Lograr un acuerdo preferencial para el camarón Ecuatoriano para su ingreso a China.**

Esto reduciría drásticamente el pago de impuestos, que se gravan al camarón ecuatoriano a ingresar a China, aumentando así su demanda, ya que bajaría su precio con respecto al producto local y con respecto a sus competidores internacionales.

**2. Implementar protocolos para reducir tiempo y costos de exportación.**

Las empresas exportadoras podrían ser más eficientes si implementan protocolos de exportación dados por los principales gremios del sector, tanto camaronero y de logística, reduciendo tiempo y costos.

**3. Promoción del producto ecuatoriano en restaurantes y supermercados.**

Esto con el objetivo fundamental, de que el consumidor chino pueda notar la diferencia de calidad y sabor que existe entre el camarón ecuatoriano con respecto al de otros orígenes y el local.

## Conclusiones

La conclusión principal es que las exportaciones de camarón a China ha mantenido una tendencia al alza en los años (2012-2015) del 48%, aunque deben ser incrementadas por acuerdos comerciales directamente con China, es decir, no debe pasar primero por Vietnam y que este país le venda a China, es necesario vender directamente el camarón nacional a China.

Se concluye que los ingresos del sector camaronero, son muy importantes para el Ecuador, por primera vez, supero al banano, y con grandes oportunidades para su desarrollo y crecimiento. La demanda por camarón todavía no se encuentra plenamente abastecida, aún existen nichos de mercado en el mundo, hay que tomar en cuenta que la industria del camarón aun no produce al 100% su capacidad instalada.

El objetivo general se cumplió al diseñar estrategias que ayuden a estimular las exportaciones de camarón hacia China, se corroboró información estadística del Banco Central del Ecuador, la producción de camarones, las ventas a nivel internacional y el saldo de la balanza comercial.

El sector camaronero es uno de los principales en la actividad acuícola, sin embargo, hay que trabajar mucho en calidad y durabilidad para hacer frente a la competitividad que existe con el resto de países productores, la capacidad instalada de las industria aún no responden ante la demanda del mercado, aún falta cubrir las necesidades del consumidor final, no se produce al 100% existen camarones que no pasan los controles de calidad y son vendidos al detalle, esto perjudica la existencia de empresas locales que se dedican hacer un buen trabajo.

**Recomendaciones**

Que los principales gremios y productores soliciten al gobierno nacional a través de las entidades respectivas, acercamientos con el gobierno chino para lograr un trato preferencial al camarón ecuatoriano.

El sector de camaronero debe buscar apoyo a las instituciones del Estado para que la medida aplicada, garantice el incremento de las exportaciones, lo cual redundaría en un aumento de la producción, empleo y divisas.

Buscar nuevos mercados y firmas de tratados multilaterales con países que tengan economías complementarias con el Ecuador.

## Bibliografía

### Bibliografía

- Albornoz, X. (2013). *Expectativas del TLC en la economía peruana*. Lima Perú.
- Álvarez. (13 de Septiembre de 2012). Efectos del TLC en América Latina. *El Comercio* , págs. 14-15.
- Falconí, F. (2010). *TLC, más que un tratado de libre comercio*.
- Mercado. (2012). *El comercio internacional*. Quito.
- Ocampo, J. R. (2012). *No al TLC? El impacto del TLC en la economía Colombiana*.
- Paredes. (22 de Mayo de 2011). TLC DE PERÚ. *El Universo* , págs. 10-11.
- Ricardo, D. (2013). *Historia económica*. Volúmen 1.
- Rodríguez, G. A. (2012). *El Tratado de Libre Comercio, la integración comercial y el derecho de los mercados*. Colección textos de jurisprudencia.
- Samuelson. (2012). *Macroeconomía*. McGrawn.
- Smith, A. (2010). *Una investigación sobre el origen y causa de la riqueza de las naciones*.

## ANEXOS

### ANEXO 1

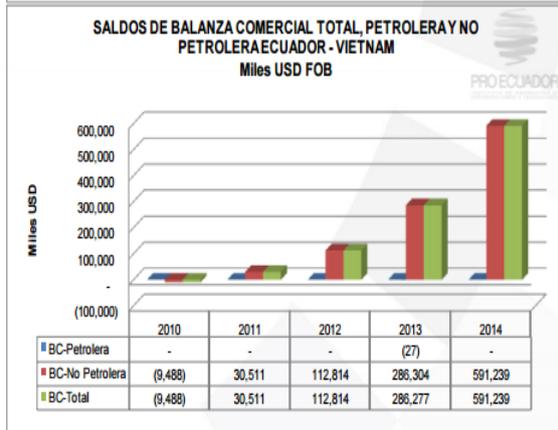
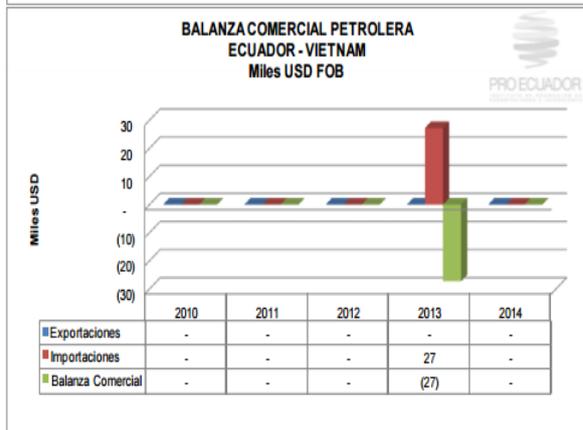
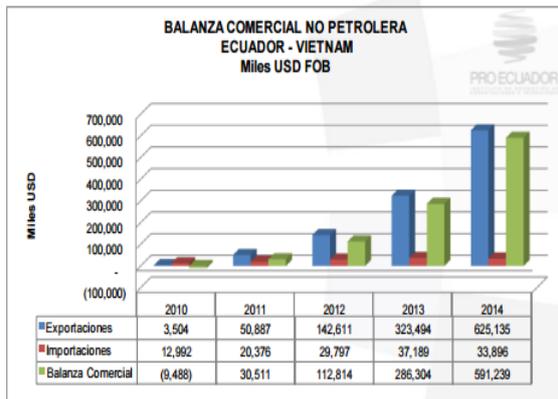
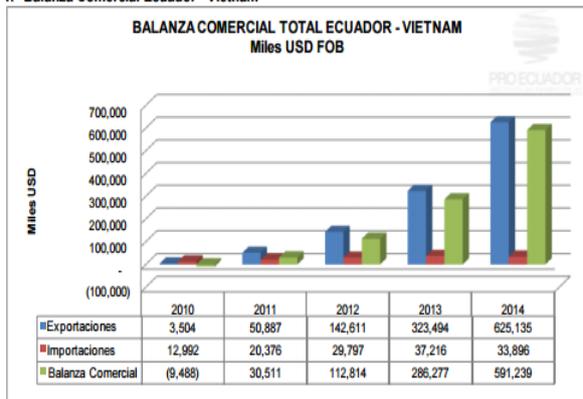
#### PROCESO DE EXPORTACIÓN DE CAMARÓN



### ANEXO 2

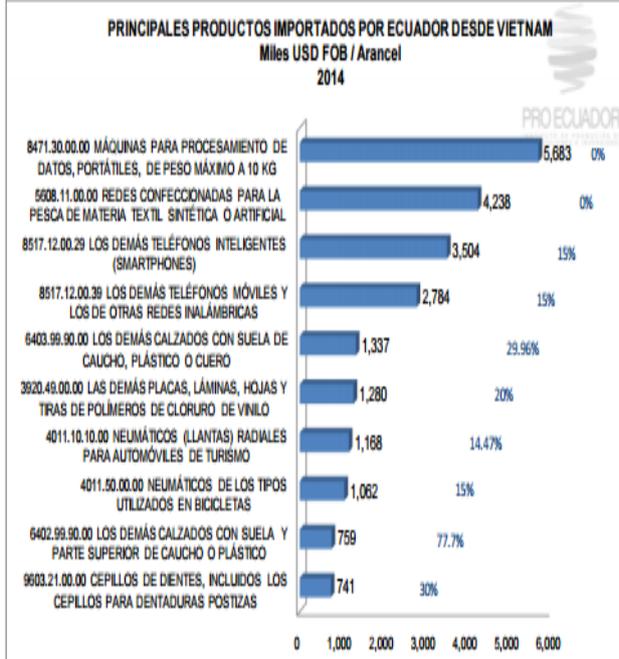
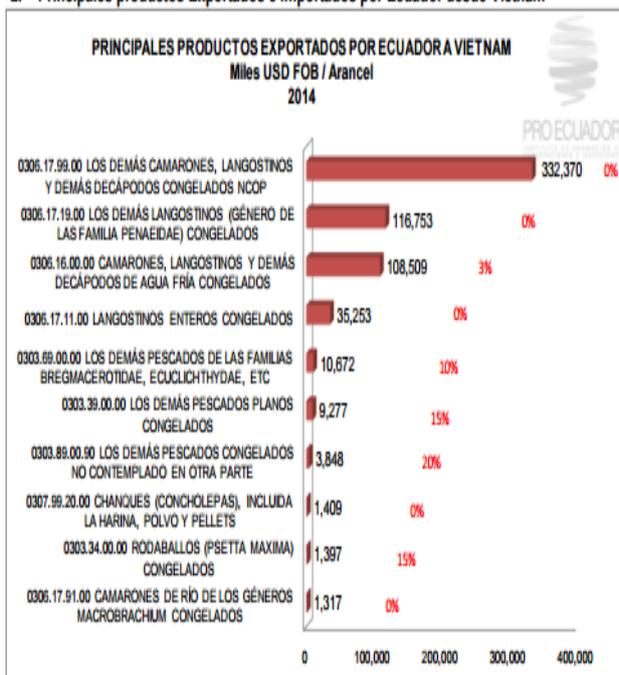
#### BALANZA COMERCIAL ECUADOR-VIETNAM

##### 1. Balanza Comercial Ecuador - Vietnam

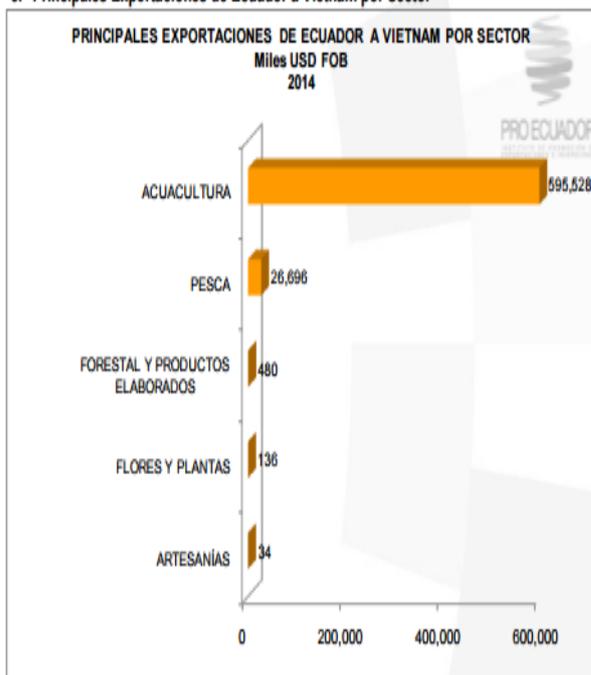


## ANEXO 3

## 2. Principales productos Exportados e Importados por Ecuador desde Vietnam



## 3. Principales Exportaciones de Ecuador a Vietnam por Sector



## 4. Principales Incrementos en los Productos Exportados por Ecuador a Vietnam

**PRINCIPALES INCREMENTOS DE LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A VIETNAM**  
Miles USD

Subpartida	Descripción	2013	2014	Variación 2014-2013
0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS CONGELADOS NCOP	182,758	332,370	149,612
0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) CONGELADOS	50,290	116,753	66,463
0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS DE AGUA FRIA CONGELADOS	53,534	108,509	54,975
0306.17.11.00	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	9,719	35,253	25,534
0303.39.00.00	LOS DEMÁS PESCADOS PLANOS CONGELADOS	6,469	9,277	2,808
0303.69.00.00	LOS DEMÁS PESCADOS DE LAS FAMILIAS BREGMACEROTIDAE, ECUCLICHTHYDAE, ETC	8,803	10,672	1,869
0307.99.20.00	CHANQUE, INCLUIDO LA HARINA, POLVO Y PELLETS	-	1,409	1,409
0303.89.00.90	LOS DEMÁS AUSTROMERLUZA ANTÁRTICA Y AUSTROMERLUZA NEGRA, (MERLUZA NEGRA, BACALAO DE PROFUNDIDAD, NOTOTENIA NEGRA) CONGELADO NO CONTEMPLADO EN OTRA PARTE	2,748	3,848	1,099
0306.17.91.00	CAMARONES DE RÍO DE LOS GÉNEROS MACROBRACHIUM CONGELADOS	620	1,317	697
1504.20.10.00	ACEITE DE PESCADO EN BRUTO	182	703	522

## ANEXO 4

## PRODUCTOS POTENCIALES

PRODUCTOS POTENCIALES ECUATORIANOS PARA EL MERCADO DE VIETNAM	
Subpartida	Descripción
4407.22	Madera virola, imbuia y blasa aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada
1504.20	Aceites y grasas de pescado y sus fracciones
0302.31	Albacoras o atunes blancos, frescos o refrigerados
0303.66	Merluzas, congelados
0302.32	Atunes de aleta amarilla, frescos o refrigerados
0713.33	Alubia común, seca desvainada
0305.20	Higados, huevas y lechas de pescado, secos, ahumados, salados o en sal

## ANEXO 5

## INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA GREENFIELD VIETNAM-AMÉRICA

## LATINA Y EL CARIBE

FLUJO DE IED GREENFIELD* DE VIETNAM EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE					
Millones USD					
País	2010	2011	2012	2013	2014
Perú	-	404	-	-	-
Haití	59	221	-	-	-
Bolivia	11	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>625</b>	-	-	-

## ANEXO 6

## TURISMO BILATERAL



## ANEXO 7

## RELACIÓN COMERCIAL VIETNAM-AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

EXPORTACIONES DE VIETNAM A AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE POR PAÍS					IMPORTACIONES DE VIETNAM DESDE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE POR PAÍS				
Miles USD					Miles USD				
Importadores	2010	2011	2012	2013	Importadores	2010	2011	2012	2013
Brasil	473,594	646,892	817,176	1,140,876	Brasil	462,967	794,003	822,580	1,192,348
Chile	112,703	164,511	205,398	281,656	Argentina	655,730	706,145	869,791	1,184,311
Paraguay	6,860	13,773	11,255	11,383	Ecuador	3,504	50,248	143,697	325,521
Guatemala	13,298	17,431	21,177	25,671	Chile	230,004	334,986	371,059	307,487
Uruguay	15,373	27,871	25,935	28,714	México	79,791	64,168	84,243	105,331
Barbados	1,763	1,129	1,887	2,549	Uruguay	38,990	35,228	44,011	49,331
Antigua y Barbuda	202	292	346	284	Perú	63,894	77,787	90,435	44,801
Argentina	111,269	190,116	156,292	199,734	Paraguay	38,348	79,313	59,751	40,267
Bahamas	-	23	-	100	Colombia	9,094	11,361	10,019	18,890
Bolivia	3,972	6,992	9,261	10,840	República Dominicana	11,410	26,345	16,479	11,622
Otros países	1,294,202	1,647,340	1,668,053	2,199,446	Otros países	37,790	63,079	53,992	36,393
Totales	2,033,236	2,716,370	2,916,780	3,901,253	Totales	1,631,522	2,242,663	2,566,057	3,316,302

EXPORTACIONES DE VIETNAM A AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE POR PRODUCTO				
Miles USD				
Subpartida	Descripción	2011	2012	2013
6404.11	Calzado con suela de caucho o de plástico: calzado de deporte; calzado	223,500	230,375	280,262
8517.12	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas;	1,995	2,900	194,164
0304.62	Filetes congelados de bagres o pez gato	-	115,511	188,252
6402.99	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico	183,349	162,800	184,177
8517.70	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	24,787	38,524	181,333
6404.19	Los demás calzados con suela de caucho o plástico	96,450	120,665	169,861
6403.99	Los demás calzados con suela de caucho, de plástico o de cuero natural	146,722	139,829	156,951
9999.99	Materias no a otra parte especificadas	57,085	186,979	92,917
8517.62	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	13,892	48,774	87,958
8443.32	Máquinas y aparatos para imprimir mediante planchas, cilindros y demás elementos impresores	58,552	58,410	77,827
Otras partidas		1,910,038	1,812,013	2,287,551
Total		2,716,370	2,916,780	3,901,253

## ANEXO 8

## CÓDIGO ARANCELARIO DEL CAMARÓN

Código Arancelario	Zona	Cantidad(Kg)	Valor(USD)	Precio(USD/Kg)
160520 Camarones	33219 Fenghua, Zhejiang	51,699	\$ 243,583.00	\$ 4.712
	31222 Nueva Área de Pudong, Shanghai	12,438	\$ 12,438.00	\$ 10.034
	31099 Distrito de Hongkou, Shanghai	4,493	\$ 41,184.00	\$ 9.166
	33029 Ningbo, Zhejiang	4,400	\$ 140,052.00	\$ 31.83
	31224 Distrito de Waigaoqiao, Shanghai	906	\$ 12,440.00	\$ 13.731
	32019 Nanjing, Jiangsu	166	\$ 718.00	\$ 4.325
	31049 Distrito de Xuhui, Shanghai	101	\$ 2,027.00	\$ 20.069
	31079 Distrito de Putuo, Shanghai	55	\$ 1,107.00	\$ 20.127
	31909 Otros, Shanghai	26	\$ 178.00	\$ 6.846
	31209 Qingpu, Shanghai	13	\$ 224.00	\$ 17.231

Fuente: Aduanas Chinas, <http://www.haiguan.info>

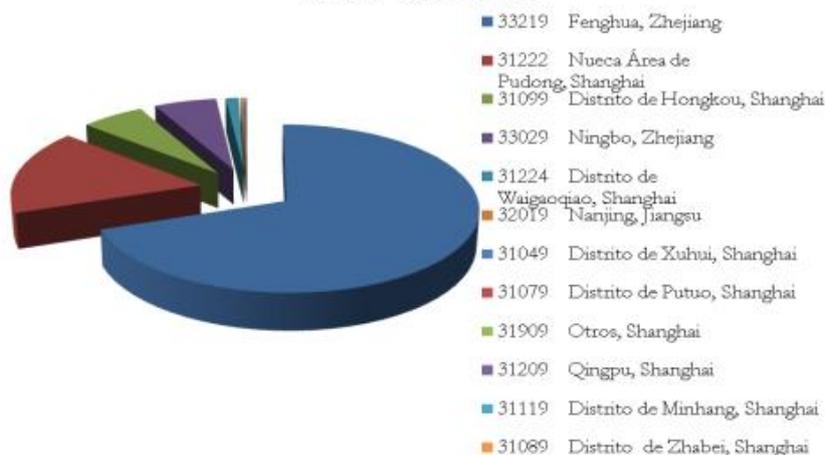
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Shanghai

## ANEXO 9

✓ Los principales destinos del camarón de exportación en la zona del Río Yangtze

Gráfico N° 1.

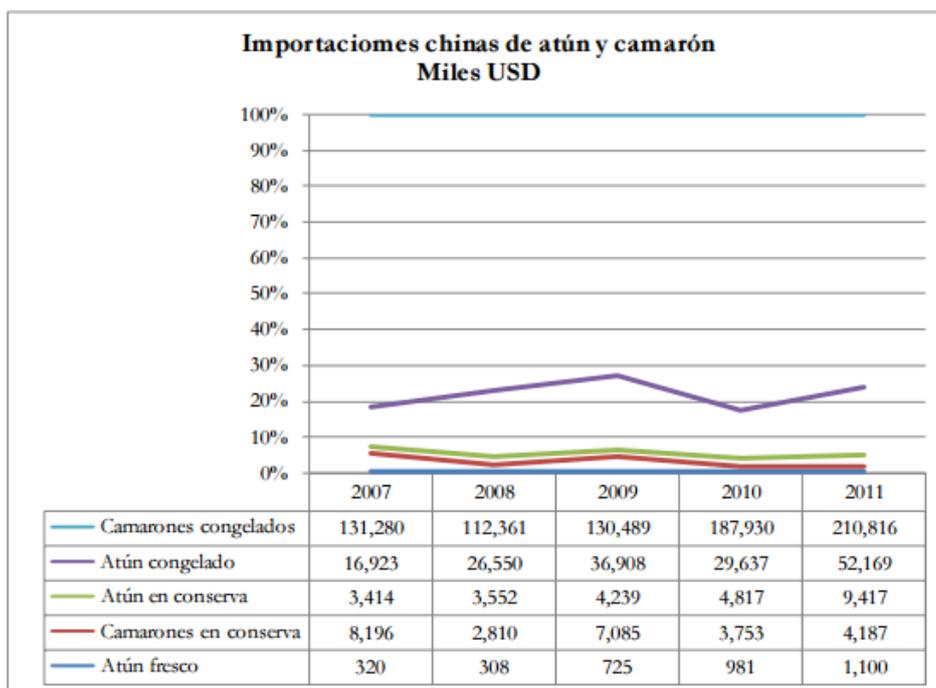
## 160520 Camarones



Fuente: Aduanas Chinas, <http://www.haiguan.info>

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Shanghai

## ANEXO 10



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trade Map, CCI

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## ANEXO 11

### PRECIOS DE CAMARÓN ECUATORIANO A CHINA

<b>PRODUCTO: CAMARÓN CON CABEZA</b>	
<b>PRECIOS US\$ FOB GUAYAQUIL</b>	
	\$ 8.00 / kilo para 30-40
	\$ 7.05 / kilo para 40-50
	\$ 6.70 / kilo para 50-60
	\$ 6.10 / kilo para 60-70.

**ANEXO 12****PRECIOS DE CAMARÓN ECUATORIANO A ESTADOS UNIDOS**

<b>PRODUCTO: CAMARÓN CON CABEZA</b>	
<b>PRECIOS US\$ FOB GUAYAQUIL</b>	
	\$ 8.25 / kilo para 30-40
	\$ 7.30 / kilo para 40-50
	\$ 6.90 / kilo para 50-60
	\$ 6.30/ kilo para 60-70.

**ANEXO 13****PROYECCIÓN AUMENTO DE VENTAS DE CAMARÓN AL MERCADO CHINO**

<b>AÑOS</b>	<b>CANTIDAD EN US\$</b>
<b>2017</b>	<b>200,000,000</b>
<b>2018</b>	<b>220,000,000</b>
<b>2019</b>	<b>250,000,000</b>
<b>2020</b>	<b>275,900,000</b>
<b>2021</b>	<b>325,654,000</b>
<b>2022</b>	<b>378,000,000</b>
<b>2023</b>	<b>400,000,000</b>