







Comparative Analysis of Internationalization and Challenges in the Exportation of Ecuadorian Passion Fruit to Europe: A Regional Approach

Andrade Carla, Mgs¹, Lozano Mariana, Mgs², Sambonino Barbara, Mgs³, Cabrera Clara, Mgs⁴, Parrales Dayanna, Lic⁵, Pidgirnai Fiorella, Lic⁶







^{1 2 3 4 5 6} Universidad de Guayaquil, (Facultad de Ciencias Administrativas), Cdra. Universitaria, Av. Delta s/n y Av. Kennedy Guayaquil, Ecuador, carla.andradea@ug.edu.ec, mariana.lozanob@ug.edu.ec, clara.cabreraj@ug.edu.ec, dayanna.parraless@ug.edu.ec, fiorella.pidgirmaib@ug.edu.ec

Abstract: This study focuses on carrying out a comparative analysis of the internationalization of Ecuadorian passion fruit towards the European market, identifying the determining factors to strengthen its competitiveness. The research addresses the elements that influence the export of passion fruit, considering aspects such as commercial, logistical and political practices. This study, retrospective in nature, follows a quantitative approach and has a descriptive scope. It involves the collection and analysis of primary and secondary information sources to contrast and describe the behavior of the export of Ecuadorian passion fruit, as well as the application of other commercial indicators over a period of 5 years (2018 to 2022).

The analysis provides a detailed view of the key elements in the Ecuadorian regional context, highlighting particular challenges and development opportunities that can guide companies towards success in their efforts.

Keywords: Passion fruit export, Performance of the fruit sector, Agriculture and International Trade, Export strategie

Análisis Comparativo de la Internacionalización y Desafíos en la Exportación de Maracuyá ecuatoriana hacia Europa: Un Enfoque Regional

Andrade Carla, Mgs¹, Lozano Mariana, Mgs², Sambonino Barbara, Mgs³, Cabrera Clara, Mgs⁴, Parrales Dayanna, Lic⁵, Pidgirnai Fiorella, Lic⁶

^{1 2 3 4 5 6} Universidad de Guayaquil, (Facultad de Ciencias Administrativas), Cdda. Universitaria, Av. Delta s/n y Av. Kennedy Guayaquil, Ecuador, carla.andradea@ug.edu.ec, mariana.lozanob@ug.edu.ec, clara.cabrera@ug.edu.ec, dayanna.parraless@ug.edu.ec, fiorella.pidgirnai@ug.edu.ec

Resumen: Este estudio se enfoca en llevar a cabo un análisis comparativo de la internacionalización de maracuyá ecuatoriana hacia el mercado europeo, identificando los factores determinantes para fortalecer su competitividad. La investigación aborda los elementos que influyen en la exportación de maracuyá, considerando aspectos como prácticas comerciales, logísticas y políticas. Este estudio, de naturaleza retrospectiva, sigue un enfoque cuantitativo y posee un alcance descriptivo. Involucra la recopilación y análisis de fuentes de información primaria y secundaria para contrastar y describir el comportamiento de la exportación de maracuyá ecuatoriana, así como la aplicación de otros indicadores comerciales durante un periodo de 5 años (2018 a 2022).

El análisis proporciona una visión detallada de los elementos clave en el contexto regional ecuatoriano, resaltando retos particulares y oportunidades de desarrollo que pueden guiar a las empresas hacia el éxito en sus esfuerzos de expansión en mercados extranjeros, mejorando su posición competitiva.

Palabras claves: Exportación de maracuyá, Desempeño del sector frutícola, Agricultura y Comercio Internacional, Estrategias de exportación.

I. INTRODUCCIÓN

El Ecuador se caracteriza por ser un país petrolero, lo que ha impulsado significativamente su economía. No obstante, también se reconoce a nivel global como un importante exportador de recursos y productos naturales. Entre estos destacados recursos se encuentran el cacao, el banano, el camarón y una amplia variedad de flores. A pesar de las alteraciones en el panorama económico y las fluctuaciones constantes de los precios internacionales, estos productos han mantenido su presencia en el mercado mundial, generando así un flujo constante de ingresos y favoreciendo la entrada de divisas en la economía nacional. Por otro lado, a pesar de la competencia y de las variaciones constantes de los precios internacionales, ha conseguido mantener su presencia en el mercado global.

A través de los años, la competencia ha contribuido a la complejidad de la economía, impulsando la necesidad de diversificar los productos de exportación. En este contexto, se

ha abierto espacio para frutos considerados no tradicionales, destinados a satisfacer las demandas de otros mercados internacionales. Entre estos frutos emergentes destaca la maracuyá, un fruto exótico que, debido a su sabor distintivo y beneficios nutricionales, ha logrado destacar a Ecuador como uno de los principales proveedores junto con Perú y Colombia [1]

El aumento en la demanda a nivel nacional de la fruta ha generado grandes expectativas entre aquellos que lo cultivan y las empresas exportadoras, esto por su alto grado de rentabilidad que la ha convertido en una alternativa de exportación. Durante los primeros 9 meses del 2022, se exportaron alrededor de 2.192 toneladas métricas de la maracuyá fresca, con un valor estimado de \$807 mil. En cuanto a la maracuyá congelada, se exportaron aproximadamente 1.802 toneladas, con un valor de \$4.3 millones. Por otro lado, las exportaciones de la maracuyá elaborada alcanzaron las 8.34 toneladas, generando ingresos por \$29.1 millones. Los principales destinos de estas exportaciones fueron Colombia, Países Bajos y Estados Unidos. [2]

El propósito del presente proyecto es llevar a cabo un análisis comparativo que identifique los desafíos para la internacionalización de la maracuyá en el mercado europeo, aprovechando los acuerdos vigentes que mantiene Ecuador y este continente.

En medio de los retos impuestos por la pandemia y las dinámicas del mercado post pandémico, el presente estudio se enfocará en los factores que han impactado en la internacionalización de esta fruta hacia Europa. A medida que exploramos los desafíos y oportunidades que enfrentan los productores y exportadores ecuatorianos, se busca no solo comprender los obstáculos comerciales, sino también identificar estrategias innovadoras que han surgido en respuesta a estas condiciones cambiantes.

La maracuyá es una de las frutas no tradicionales del Ecuador, la presente investigación aspira encontrar caminos hacia una exportación más efectiva y sostenible en el mercado europeo; a través de un análisis comparativo se podrá extraer

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

lecciones valiosas que beneficiarán no solo a la industria de la maracuyá, sino también a otros sectores agrícolas no tradicionales del país que enfrentan desafíos similares en su expansión global.

Las exportaciones de la maracuyá se han dado aproximadamente desde los años 1960, sin embargo, a lo largo de los años se ha enfrentado a diversos desafíos tales como la competencia, los estándares de calidad, la logística, las regulaciones fitosanitarias y los extensos requisitos exigidos por Unión Europea.[3]

Las exportaciones son un pilar fundamental para el país puesto que fomentan el empleo y brindan al estado mejores oportunidades económicas. Este estudio pretende analizar el sector, proponiendo medidas para fortalecer la comercialización de productos como la maracuyá, con la meta de estimular el crecimiento económico del Estado.

II. MARCO TEÓRICO

La internacionalización de la maracuyá se ve afectada por diversos factores de importancia. En primer lugar, las barreras comerciales, como los aranceles y las regulaciones fitosanitarias, desempeñan un papel determinante al influir en los costos y requisitos asociados con la exportación. Los recursos financieros son fundamentales para llevar a cabo la internacionalización, ya que se requiere invertir en infraestructura, logística y promoción con el fin de ingresar a nuevos mercados. La experiencia previa y el conocimiento del mercado, así como la comprensión de la cultura local, son elementos críticos para adaptar el producto y las estrategias de marketing a las preferencias de los consumidores extranjeros. Además, establecer alianzas estratégicas con distribuidores locales y socios comerciales puede facilitar el acceso a nuevos mercados. Por último, los factores políticos y económicos de los países destino también influyen en la toma de decisiones, ya que afectan los riesgos asociados con la internacionalización y su capacidad de adaptación. [30]

A. Desafíos en la exportación de la maracuyá ecuatoriana hacia Europa

TABLA I
DIMENSIONES ANALIZADAS PARA DETERMINAR LOS DESAFÍOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA MARACUYA

VD: Nivel de internacionalización de la maracuyá a Europa	VI: Factores que inciden en la exportación de la maracuyá ecuatoriana
• D1: Logística y distribución	• D1: Factores influyentes en la internacionalización
• D2: Nivel de participación en el mercado europeo	• D2: Requisitos sanitarios
• D3: Calidad del producto	• D3: Estrategias de internacionalización
• D4: Países de destino	• D4: Estrategias de marketing

La exportación de la maracuyá hacia Europa enfrenta diversos desafíos que dificultan su comercialización exitosa en este mercado. A continuación, se enumerarán los desafíos más

comunes que deben superarse para lograr una exportación exitosa.

1) *Requisitos sanitarios*: Las regulaciones actuales de la UE sobre sanidad vegetal tienen como objetivo proteger la agricultura y la silvicultura en Europa al evitar la introducción y propagación de plagas exóticas. Por lo tanto, es crucial cumplir con las regulaciones existentes para abordar completamente estos mayores riesgos y establecer normas uniformes en todos los Estados miembros de la UE. [4]

2) *Estrategias de internacionalización*: La expansión internacional de un producto implica que una empresa busque comercializar dicho producto en uno o varios países extranjeros. Mediante las estrategias de internacionalización, las compañías buscan obtener ventajas competitivas al ampliar su presencia en los mercados internacionales, donde encuentran nuevas oportunidades de clientes, beneficios y ventas. [26]

3) *Estrategias de marketing*: Las tácticas de mercadeo son enfoques, esquemas operativos que delimitan y explican procesos creados para que una compañía pueda alcanzar metas de mercadeo concretas en el corto, mediano o largo plazo. Entre estos, los más comunes suelen vincularse con divulgar una marca, ampliar la difusión de su comunicación y maximizar sus posibilidades de venta. [25]

4) *Logística y distribución*: Los principales desafíos de la Logística Internacional se centran en cuatro áreas: la administración de operaciones logísticas, el manejo de los tiempos de tránsito, las aduanas e impuestos internacionales, y la gestión de devoluciones. [6]

5) *Calidad del producto*: conjunto de atributos y características que cumplen con las expectativas y requisitos de los clientes. Se puede decir que un producto o servicio es de calidad cuando no presenta defectos y es apto para su uso, satisfaciendo de esta manera las necesidades del cliente. La calidad, por tanto, se manifiesta en la capacidad de un producto o servicio para cumplir con su propósito de manera efectiva y satisfactoria para el consumidor. [7]

6) *Países de destino*: es el intermediario que adquiere productos o servicios fabricados en otro país, y se encarga del ingreso legal de mercancías del país de origen al país importador, con el propósito principal de satisfacer la demanda de consumo. [27]

7) *Factores que inciden en la exportación*: Las exportaciones están condicionadas por diversos factores, como los niveles de fabricación, normativas, creatividad, capacidad de compra de los mercados, alternativas de financiamiento, competitividad e inversión en el ámbito internacional. Las pequeñas y medianas empresas enfrentan un importante reto en su desarrollo, el cual se manifiesta en la dificultad para obtener créditos, acceder a tecnología e innovación en sus

procesos, lo que se traduce en la producción de bienes más asequibles y competitivos. [28]

8) *Nivel de participación en el mercado europeo:* Ecuador se ubica como el sexto proveedor de la maracuyá en los mercados globales, representando un 4% del total. Países Bajos figura como su principal comprador en Europa. En el año 2022, las importaciones a nivel mundial ascendieron a 3,611 millones de dólares, reflejando una disminución del 16% con respecto al año anterior. [29]

Además, el sector frutícola ecuatoriano enfrenta desafíos importantes para la exportación de las frutas como lo es la maracuyá, entre estos desafíos se encuentra la falta de certificaciones y estándares internacionales, así como también la dependencia de intermediarios para la exportación y la infraestructura limitada para el almacenamiento de la maracuyá.

Sin embargo, es posible superar dichos desafíos mediante la obtención de certificaciones reconocidas a nivel mundial, otro punto a favor sería el fomento de asociaciones directas con compradores internacionales para ayudar a reducir la dependencia de intermediarios, y la inversión en infraestructura para mejorar el almacenamiento y transporte de la maracuyá. Además, aprovechar las fortalezas del país, como su alta calidad y excelente sabor de maracuyá, así como su vasta experiencia en la producción y cultivo de la fruta, todos estos puntos pueden contribuir significativamente a superar estos obstáculos y fortalecer el sector agrícola. [8]

La maracuyá está experimentando un excelente momento debido a su precio atractivo y al aumento considerable de su cultivo, especialmente en la costa de Ecuador. Los agricultores están considerando el cultivo de esta fruta como una alternativa rentable y prometedora en el sector frutícola. Durante el año 2022, la producción de la maracuyá experimentó un notable incremento al duplicarse, alcanzando un volumen total de 65,195 toneladas, con un notable rendimiento promedio de 6.91 toneladas por hectárea.

La mayoría de los agricultores involucrados en este cultivo son agricultores de pequeña escala., representando el 80% de los aproximadamente 6.800 productores dedicados a esta labor. De acuerdo con información reciente proporcionada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, en la actualidad, existen aproximadamente 9,437 hectáreas cultivadas con maracuyá en el país. En la provincia de Esmeraldas, se estima que hay 2.200 hectáreas, y la parroquia La Unión del cantón Quinindé concentra el 80% de esa producción. [9]

La internacionalización se ha vuelto crucial en la actualidad, ya que posibilita la expansión de los productos de un país a nivel global les permite tener presencia en los mercados internacionales. Además, ha permitido que las

empresas puedan aumentar la base de sus clientes, aprovechar las economías de escalas, fortalecer su posición en el mercado global, tener una respuesta a la competencia directa, obtener oportunidades y acceso a nuevos mercados sin embargo también implica grandes desafíos como barreras comerciales, las diferencias en las culturas, riesgos económicos. [10]

La carencia de competitividad en los mercados globales se refiere a la incapacidad de las empresas de un país para competir eficazmente con sus contrapartes extranjeras en aspectos como calidad, precio, innovación y acceso a los mercados internacionales. Esto puede deberse a diversos factores, como altos costos de producción, falta de tecnología, barreras comerciales, falta de recursos o habilidades especializadas, entre otros. Como resultado, las empresas pueden tener dificultades para ingresar o mantenerse en los mercados internacionales y enfrentar una desventaja frente a la competencia extranjera. [11]

B. Teoría del Comercio Internacional

La conocida teoría del comercio internacional se refiere al estudio de las razones y los efectos de la transacción de bienes y servicios entre naciones. El propósito de esta teoría es proporcionar una explicación sobre la razón por la cual los países optan por especializarse en la producción de ciertos bienes para luego intercambiarlos entre sí, en vez de producir todos los bienes que requieren de manera independiente. [12]

C. Producción y Rendimiento de la maracuyá en Ecuador periodo 2018 al 2022

La maracuyá ecuatoriana es principalmente producida en varias provincias del país, entre las que destacan Manabí, Guayas, Esmeraldas, Santa Elena, Santo Domingo, Pichincha, El Oro, Los Ríos y Azuay. Estas regiones se han posicionado como importantes áreas de cultivo de maracuyá debido a sus condiciones climáticas favorables y a la experiencia de los agricultores en el cultivo y manejo de esta fruta. La producción de maracuyá en estas provincias contribuye significativamente a la economía local y nacional, así como a la exportación de esta deliciosa fruta a mercados internacionales. [13]

Según el Sistema de Información Pública Agropecuaria [8], la información recopilada revela datos significativos sobre la producción y rendimiento de la maracuyá en los últimos cinco años. Estos datos son clave para comprender la evolución de este cultivo en el sector agropecuario. En particular, se destaca el año 2021 como un período de notable crecimiento, con una producción registrada de 65,195 toneladas. En contraste, el año 2019 presentó un rendimiento más bajo, con una producción de 28,729 toneladas. [32]

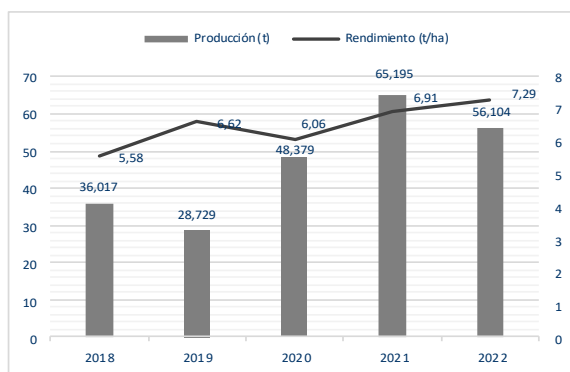


Fig. 1 Producción acumulada y Rendimiento de la maracuyá en Ecuador periodo:2018 al 2022

D. Nivel de exportación de la maracuyá de Ecuador hacia Europa

La maracuyá es una fruta altamente solicitada en los mercados globales debido a su exquisito sabor y aroma. A escala nacional, su cultivo beneficia a numerosos agricultores ecuatorianos. En promedio durante el 2009-2013, Ecuador exportó 17,7 toneladas métricas de concentrado de maracuyá, sin embargo, en junio de 2014, las exportaciones disminuyeron a 8,8 mil toneladas métricas. Debido a la alta demanda actual, se busca aumentar su cultivo a nivel nacional mejorando la productividad y otros factores. [14]

Entre el periodo del 2021, se cultivaron 6,457 hectáreas en Ecuador, con un volumen de producción de 36,017 toneladas. Provincias como Manabí, Guayas, Esmeraldas, Santa Elena y Santo Domingo de los Tsáchilas tuvieron una contribución significativa. En lo que va del año 2022, la producción de maracuyá en Ecuador se ha duplicado, llegando a las 65,195 toneladas de fruta fresca y un rendimiento de 6.91 toneladas por hectárea. La mayoría de los agricultores dedicados al cultivo de maracuyá son pequeños agricultores, representando el 80% de los 6,800 productores en esta actividad. [2] Uno de los mercados objetivos es la Unión Europea, entre los principales países compradores tenemos: Países bajos, Bélgica, Francia, Alemania, Reino Unido, España, Italia, Portugal. En el siguiente gráfico se muestra las exportaciones del año 2022 a dichos países en términos de toneladas métricas y FOB.

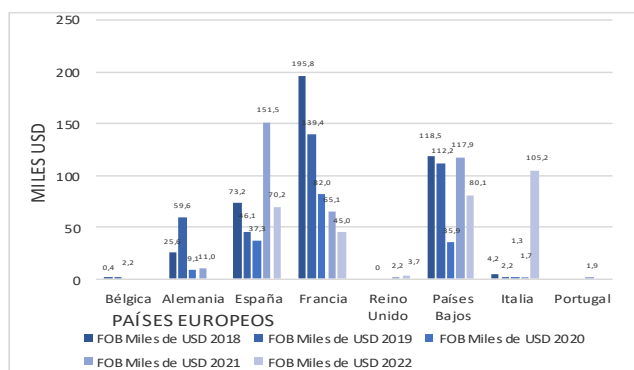


Fig. 2 Países de Europa importadores de maracuyá en términos de FOB miles USD periodo 2018-2022

E. Cuadro comparativo de Ecuador y sus principales países competidores

En la tabla siguiente, se presentan los datos de exportación de varios países de la región para el periodo comprendido entre 2018 y 2022, tomando como fuente Trade Map y utilizando la partida general 8010.90, que abarca diversos frutos frescos, incluyendo la maracuyá. Esta tabla permite observar las variaciones en las exportaciones de estos cuatro países a lo largo de dicho periodo, brindando una visión detallada de la evolución del comercio de estos productos en la región.

TABLA II
VALORES EXPORTADORES DE MARACUYÁ DE ECUADOR Y SUS PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Nivel de exportación	2018	2019	2020	2021	2022
Ecuador	\$31.997,00	\$ 44.048,00	\$ 66.433,00	\$ 91.174,00	\$ 110.267,00
Perú	\$ 58.285,00	\$ 67.753,00	\$ 65.775,00	\$ 62.884,00	\$ 80.722,00
Colombia	\$ 32.540,00	\$ 33.251,00	\$ 34.514,00	\$ 42.026,00	\$ 46.795,00
Brasil	\$ 2.218,00	\$ 1.339,00	\$ 2.651,00	\$ 2.820,00	\$ 3.297,00

F. Comparación de las fluctuaciones de Ecuador con los diferentes productores de la maracuyá.

América Latina ha desempeñado un papel crucial en la difusión de la maracuyá en todo el continente, teniendo como principales países productores a Ecuador, Colombia, Brasil y Perú. [15]

Ecuador en el 2021 tuvo un rendimiento considerable de producción alcanzando las 36 mil 017 toneladas cosechadas de 6 mil 457 hectáreas. A pesar de todos los esfuerzos, no se consigue superar el nivel productivo con el que cuenta Perú y Colombia actualmente, colocándonos en una posición desfavorable frente a otros naciones que también son considerados competencia directa. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ecuador actualmente cuenta con 9 mil 437 hectáreas de maracuyá que abastecen la producción tanto local como extranjera. [9]

En Brasil es factible cosechar maracuyá prácticamente durante todo el año. La maracuyá posee una gran relevancia socioeconómica en Brasil, ya que su cultivo se lleva a cabo principalmente en el contexto de la agricultura familiar. Se estima que hay alrededor de 50,000 productores, cuyas explotaciones varían en tamaño desde 3 hasta 5 hectáreas, abarcando todas las regiones del país. [16]

En Colombia la extensión destinada a este cultivo fluctúa entre 7,000 y 12,000 hectáreas, con el 70% de la producción orientada a la exportación, y el restante 30% asignado al mercado interno. La productividad supera las 14 toneladas por hectárea, con un costo medio cercano a los US\$ 180 por tonelada. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

hasta el 2019 calculo un total de 5,511 productores distribuidos principalmente en Antioquia, Valle, Meta y Boyacá. [17]

Mientras que, en Ecuador, el rendimiento promedio de maracuyá es de 6 toneladas por hectárea. La variedad amarillase cultiva en las provincias costeras y ciertas zonas de la sierra ecuatoriana, beneficiándose de las condiciones climáticas que permiten el suministro continuo de la fruta durante todo el año. Aproximadamente el 97% del cultivo de la maracuyá se dirige al mercado internacional, sobre todo en forma de concentrado, pulpa como jugo o como fruta fresca. En el año 2020, se cosecharon 13,206 hectáreas que produjeron 48,298 toneladas de maracuyá en el país, mostrando una notable mejoría luego de 2 años de declive. Provincias como Manabí, Guayas, Esmeraldas, Pastaza, Morona Santiago y Sucumbíos contribuyeron con su cultivo. [18]

Por otro lado, en Perú, pequeños y medianos agricultores en distintas partes del país se enfocan en el cultivo de la maracuyá, y la producción local experimentó un crecimiento del 8.2% en 2020, impulsado por el aumento en La Libertad con un 22.2%, en Ica con un 14.4%, Piura con un 11.4%, Junín con 11.2% y Lima con 10.6%. Las zonas con los rendimientos más altos se ubican en La Libertad, Lambayeque y Lima. Los resultados se atribuyen en parte a la aplicación de un plan de fertilización, llevado a cabo mediante el proyecto de innovación de tecnologías en fertilización respaldado por el Ministerio de Agricultura y Riego. [19]

Aproximadamente el 70% de la siembra de maracuyá se dirige a la industria, mientras que el 30% restante se comercializa en el mercado local. [20]

III. METODOLOGIA

La presente investigación adopta una metodología cuantitativa con un alcance descriptivo para analizar el comportamiento de la exportación de la maracuyá al mercado europeo. Este enfoque utiliza técnicas estadísticas con el objetivo de presentar los datos de manera objetiva, sin interpretación subjetiva.

En este proceso, se emplearon fuentes de información secundarias, como Trade Map, el Banco Central del Ecuador, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Sistemas Integrados de Producción Agropecuaria (SIPA), AGROCALIDAD, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Cámara Marítima del Ecuador (CAMAE), y otras herramientas gubernamentales. Estas fuentes proporcionarán una descripción detallada de la situación actual de la exportación de la maracuyá ecuatoriana en comparación con otros países de la región.

Además, se realizó un análisis comparativo de desafíos y experiencias en el sector de la exportación de maracuyá,

utilizando el diseño de investigación transversal, considerando horizonte de tiempo de 5 años (2018 a 2022). Para evaluar el nivel de participación de las exportaciones de la maracuyá ecuatoriana en la región, se aplicó el Indicador de Balassa. Este enfoque proporciona una visión integral y objetiva de la posición de Ecuador en el mercado europeo de maracuyá en comparación con otros países. [33]

A. *Desafíos del sector de la exportación de la maracuyá ecuatoriana*

Según [21] en Ecuador, el sector agrícola se ve confrontado principalmente con la carencia de inversión en tecnología y maquinaria contemporánea, lo cual restringe la capacidad de los agricultores para incrementar la producción y elevar la calidad de sus productos. Además, la falta de acceso a recursos financieros y la escasa rentabilidad de ciertos cultivos son también elementos que impactan negativamente en la competitividad de la industria agrícola.

Sin embargo, es posible superar dichos desafíos mediante la obtención de certificaciones reconocidas a nivel mundial, otro punto a favor sería el fomento de asociaciones directas con compradores internacionales para ayudar a reducir la dependencia de intermediarios, y la inversión en infraestructura para mejorar el almacenamiento y transporte de la maracuyá. Además, aprovechar las fortalezas del país, como su alta calidad y excelente sabor de maracuyá, así como su vasta experiencia en la producción y cultivo de la fruta, todos estos puntos pueden contribuir significativamente a superar estos obstáculos y fortalecer el sector agrícola. [22]

[22] El ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca en Ecuador, explicó que las compañías se encuentran con obstáculos logísticos y costos significativos, factores cruciales en la competencia internacional con otros países. Por otro lado, el sector también enfrenta fuertes amenazas como lo son la competencia de otros países productores, cambios en las regulaciones comerciales y riesgos de enfermedades y plagas que afecten la producción. No obstante, existen oportunidades significativas, como los acuerdos con la Unión Europea, el aumento en la demanda de productos frutícolas y el desarrollo de productos derivados de la maracuyá. Estas oportunidades son un factor clave, ya que los acuerdos con la Unión Europea pueden abrir nuevos mercados y reducir barreras comerciales, ofreciendo así una ventaja al sector frutícola ecuatoriano, mientras que la creciente demanda y el desarrollo de productos derivados pueden diversificar las líneas de negocio. En relación con los desafíos mencionados previamente, estas oportunidades pueden ayudar a contrarrestar la competencia externa, mitigar los impactos de cambios en las regulaciones comerciales y diversificar los riesgos asociados a posibles enfermedades y plagas que afecten la producción. [31]

A. *Nivel de participación de las exportaciones por medio del Indicador IVCR*

El Indicador de Balassa es una medida que se es usada en el ámbito de los negocios internacionales que determina la

ventaja comparativa de un país en la producción y exportación de un bien o un servicio, además es utilizado para realizar comparaciones del crecimiento económico de un país en relación con el crecimiento de su comercio internacional. La importancia del indicador radica la capacidad que tiene para lograr identificar los sectores en los cuales el país exportador posee una ventaja comparativa lo que le permite ser más competitivo en el comercio internacional.

Gracias a esto los países pueden enfocar sus esfuerzos en el desarrollo de esos sectores y a tomar decisiones acertadas en materia de política comercial. [23]

El índice de Balassa se determina al dividir la proporción de un producto o servicio en las exportaciones totales de un país entre la proporción de ese mismo producto o servicio en las exportaciones totales a nivel mundial. Este índice facilita la identificación de los sectores en los que un país posee una ventaja comparativa en el comercio internacional. La fórmula por implementar es la siguiente: [23]

$$(1) \quad IB = \frac{X_{ij}^k / XT_{ij}}{X_{iw}^k / XT_{iw}}$$

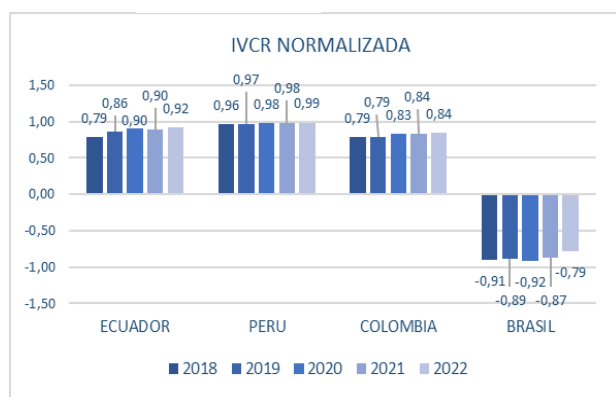


Fig. 3 Análisis de ICVR Acumulado

A través del análisis del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) acumulado se pudo observar que Ecuador, Perú y Colombia muestran una significativa ventaja comparativa en las exportaciones de la maracuyá, denotando eficacia y un rendimiento significativo. Por el contrario, Brasil presenta valores negativos, indicando una falta de ventaja competitiva a lo largo del período analizado (2018-2022).

Ecuador, Perú y Colombia muestran una notable ventaja comparativa en las exportaciones de maracuyá, reflejando una eficiencia clave en este sector. Esta ventaja se manifiesta a través de su capacidad para producir y exportar la maracuyá de una manera más eficiente y rentable en comparación con otros países los cuales se consideran su principal competencia. La combinación de recursos, tecnología y condiciones climáticas favorables en estos países contribuye a su posición competitiva, permitiéndoles destacarse como actores clave en el mercado internacional de esta fruta y colocándolos como los principales exportadores de la maracuyá.

En la figura 3 se muestra el índice de Balassa Normalizada de las exportaciones de la maracuyá de Ecuador, Perú, Colombia y Brasil, valores obtenidos del año 2020.

Ecuador muestran una ventaja comparativa medianamente eficiente. En el año 2020 Ecuador muestra ventaja comparativa con Canadá (0,33), Hong Kong (0,98) y Estados Unidos (0,52) mientras que con España (-0,22) no muestra ventaja comparativa.

Por el contrario, países como Perú, Colombia y Brasil muestra una ventaja comparativa total (1,00) hacia todos los países a los que exportan maracuyá, demostrando tener un rendimiento más alto en comparación con Ecuador.

Tras un integro análisis se concluyó que Ecuador posee un elevado potencial en el sector exportador. El estudio detallado revela que los últimos años se analizó distintos enfoques sobre los desafíos que enfrenta el sector y se planteó proponer estrategias para mejorar las relaciones con los mercados a los que se exporta la maracuyá ecuatoriana. Estos esfuerzos se tradujeron en un notable aumento en las exportaciones, consolidando a Ecuador como un país competidor más fuerte y rentable en comparación con años anteriores.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para abordar los desafíos del sector y analizar los factores que inciden en la internacionalización de la maracuyá ecuatoriana se realizó 81 encuestas a empresas exportadoras de la maracuyá registradas en la base de datos de La Agencia de Regulación y Control Fito y Zootecnario. [24]

Donde se concluyó según que la dimensión D1 Logística y distribución; analiza los factores que influyen en la internacionalización junto con la D2 sobre los requisitos sanitarios, Según los resultados, los exportadores consideran que los requisitos regulatorios definidos por los países europeos y las barreras comerciales en este mercado representan un gran obstáculo para la internacionalización de la maracuyá.

Con relación a la D3 sobre Estrategias de Internalización y la D4 sobre Estrategias de Marketing, los encuestados opinan que la inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) conlleva a la generación de innovación y competitividad en los mercados internacionales, lo cual sería una estrategia beneficiosa para la internacionalización de la maracuyá en Ecuador. Asimismo, están de acuerdo en que establecer alianzas estratégicas con distribuidores europeos también contribuirá a la internacionalización. Por otro lado, los exportadores consideran que mejorar la calidad del producto, implementar procesos eficientes y adaptarse adecuadamente a las tendencias cambiantes del mercado europeo representará grandes oportunidades y crecimiento en las exportaciones de maracuyá.

Por otro lado, en la variable dependiente que habla sobre el "Nivel de Internacionalización de la maracuyá ecuatoriana hacia Europa" se llegó también a ciertas conclusiones.

Según la D1 sobre Logística y Distribución, los exportadores opinan que cumplir con los requisitos del transporte logístico y los trámites de exportación generará confianza en el comprador y facilitará el logro de una exportación exitosa. No obstante, también señalan que la complejidad del transporte y la logística es considerablemente alta.

Después de analizar la D2 sobre el Nivel de participación en el mercado europeo fue analizado en base al indicador de Balassa, gracias al análisis de la ventaja comparativa que tiene cada país competidor se ha concluido que tanto Colombia como Perú y Ecuador tienen una clara ventaja competitiva en el mercado de exportación de maracuyá. Por otro lado, se observa que Brasil no representa competencia en este contexto, ya que no exhibe una ventaja competitiva significativa en sus exportaciones de maracuyá con respecto a ningún país. Ecuador muestra un buen nivel de competitividad sobre todo estos últimos años donde ha incrementado sus exportaciones, sin embargo, con la adopción de mejores estrategias puede llegar a convertirse en un país con un alto rendimiento competitivo, lo que le puede permitir asegurar un mejor puesto en el mercado europeo. Por otro lado, en la D3 acerca de la calidad del producto, se ha llegado a la conclusión de que los exportadores consideran que el sabor y la frescura es el aspecto más relevante para los consumidores, seguido de la durabilidad y la vida útil de la fruta. No obstante, coinciden en que se ha logrado satisfacer estas necesidades, lo que ha generado una alta satisfacción entre los compradores con respecto a la calidad de la maracuyá ecuatoriana.

Por último, en la dimensión D4 sobre países de destino, los exportadores han expresado que el principal factor que ha incidido en la selección de los países a los que dirigen sus exportaciones es el tamaño del mercado y el potencial de crecimiento. Además, han identificado que este aspecto no solo es determinante para el presente, sino que también representa un obstáculo significativo en cuanto a señalar las posibilidades de expansión y desarrollo futuro.

VI. CONCLUSIONES

Durante el período 2018-2022, las exportaciones de maracuyá ecuatoriana experimentaron un crecimiento notable, llegando a alcanzar alrededor de 65,195 toneladas exportadas, con un rendimiento promedio de 6.91 toneladas por hectárea. Este desempeño ha consolidado a Ecuador como uno de los principales productores de maracuyá fresca a nivel mundial, compitiendo de manera sólida con países como Perú, Colombia y Brasil.

En contraste con Perú, Colombia y Brasil, que han sido identificados como los principales competidores de Ecuador en las exportaciones de frutos frescos entre ellos la maracuyá según datos extraídos de TradeMap, se ha podido observar cómo Ecuador ha logrado un crecimiento progresivo en sus cifras de exportación, situándose como el segundo país más competitivo en la región. A lo largo de todos los años de exportación, ha mantenido una ventaja competitiva, siendo el año 2022 el más destacado, con un índice de competitividad de 0.92, posicionándose solo por debajo de Perú, que alcanzó un índice de 0.98. Colombia se sitúa en el tercer lugar, con un índice de competitividad de 0.84, seguido por Brasil en el cuarto lugar. Este panorama sugiere que Ecuador ha logrado fortalecer su posición en el mercado de exportaciones, superando a Colombia y manteniendo una competencia cercana con Perú. Este crecimiento gradual podría ser un indicador positivo del desarrollo económico de Ecuador y su capacidad para competir en el mercado internacional.

El análisis sugiere que factores como la infraestructura, acuerdos comerciales y estrategias de marketing son esenciales para potenciar la competitividad de la maracuyá ecuatoriana. A pesar de los desafíos, se destaca la importancia de implementar estrategias de internacionalización, aprovechar regulaciones favorables en acuerdos comerciales y obtener certificaciones de calidad para intensificar la presencia del producto en el mercado europeo.

VII. RECOMENDACIONES

Recomendaciones para el sector exportador de la maracuyá en Ecuador basadas en el análisis de exportación del período 2018-2022:

A. Promover el consumo local:

Apoyar a productores de escala pequeña y mediana: Es necesario que las autoridades ecuatorianas promuevan el acceso de los pequeños y medianos productores al mercado europeo, fomentando la inclusión y apoyando en la participación de ferias internacionales, proporcionándole acceso sobre la información a las nuevas tendencias de mercado, y respaldándolos en la promoción y comercialización de la maracuyá. Es de vital importancia para el mercado ecuatoriano que la maracuyá empiece a ser reconocida ya que provee muchos beneficios para la salud.

B. Establecer alianzas estratégicas con distribuidores europeos:

Se recomienda hacer investigaciones constantes del mercado europeo para poder identificar posibles socios estratégicos y además identificar sus principales necesidades en base al mercado frutícola, todo esto con la ayuda del marketing que permitirá potenciar la visibilidad de la maracuyá ecuatoriana en Europa. De la misma manera, un factor clave en este proceso será mantener una comunicación efectiva entre los exportadores ecuatorianos y los

distribuidores europeos, todo esto para garantizar una exitosa alianza comercial.

C. Potenciar promoción y marketing:

Es recomendable la implementación de las 4P del marketing, ya que esto permitirá tener campañas más efectivas y con una mayor visualización en el mercado al que se quiere llegar. Saber invertir en las campañas es una buena gestión para lograr posicionarse como un productor de calidad. Actualmente las redes sociales son la clave en las negociaciones internacionales, es por lo que se recomienda el uso del ecommerce para tener mayor presencia en el mercado y poder consolidar exitosos acuerdos con los futuros compradores.

D. Brindar respaldo a la formación y entrenamiento a nivel local:

Es recomendable destinar recursos para el desarrollo de programas de capacitación en áreas como la producción y exportación de la maracuyá. Simultáneamente, sería más eficaz la integración de la tecnología, puesto que esto permitiría potenciar la capacidad de innovación y la eficiencia en todas las etapas de la cadena de producción.

E. Mejorar la logística para la exportación del producto:

Se sugiere mantener una constante actualización sobre los procedimientos y normativas que giran en base a las exportaciones e importaciones, con el fin de adherir mejores prácticas y de esta manera evitar contratiempos. Así mismo, es necesario que los exportadores desarrollen una debida planificación para los envíos, implementando sistemas de seguimiento en tiempo real que permita tener una vigilancia constante sobre la ubicación de la mercancía.

En este contexto de transporte eficiente es recomendable adoptar prácticas que sean sostenibles y que minimicen el impacto ambiental, además es necesario que los exportadores cuenten siempre con los documentos necesarios que cumplan con los requisitos aduaneros, esto les permitirá evitar cualquier tipo de demora y contratiempos que puedan presentarse, además mitigara posibles problemas que surjan con los importadores, fortaleciendo la credibilidad y la confianza del exportador.

REFERENCIAS

- [1] Corpei. (Abril de 2006). Recuperado de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/27599.PDF>
- [2] Cheme, L. Á. (2022). Recuperado de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/maracuya-oferta-duplica-143683.html>
- [3] Romero Chavez, V. X. (2018). Producción y exportación de concentrado de maracuya ecuatoriano en el cantón Arenillas provincia El Oro para exportación a Alemania. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12419#:~:text=La%20participaci%C3%B3n%20mundial%20de%20Ecuador,a%20Estados%20Unidos%20de%20Am%C3%A9rica%2C>
- [4] Consejo de la UE . (2023). Recuperado de <https://www.consilium.europa.eu/es/policias/animal-plant-health-package/health/#:~:text=Las%20normas%20actuales%20de%20la,y%20propagaci%C3%B3n%20de%20plagas%20ex%C3%B3ticas>.
- [5] RAE. (2023). Recuperado de <https://dle.rae.es/competencia>
- [6] Ortega, K. (2022). Recuperado de <https://worldcampus.saintleo.edu/noticias/cuales-son-los-retos-de-la-logistica-internacional#:~:text=Los%20principales%20retos%20de%20la,y%20la%20esti%C3%B3n%20de%20devoluciones>.
- [7] Juran, J. M. (1993). Manual de control de la calidad.
- [8] PRO ECUADOR. (2023). Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/tendencias-de-la-industria-hortofruticola-en-2023/>
- [9] CAMAE. (13 de diciembre de 2022). Recuperado de <http://www.camae.org/ecuador/ecuador-duplico-su-produccion-de-maracuya-en-2022/>
- [10] Otero, M. Á. (2008). Internacionalización. Netbiblo.
- [11] Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. M. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial.
- [12] Mihailovic Dejan, & Dantas, A. T. (2007). La nueva geopolítica de la economía global. México. Recuperado de https://www.utm.mx/edi_anteriores/temas037/E3-.pdf
- [13] SIPA. (2023). Recuperado de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/maracuya>
- [14] INIAP. (2023). Recuperado de <https://www.iniap.gob.ec/plan-de-mejora-competitiva-de-maracuya-se-implementa-en-ecuador/>
- [15] Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú . (2022). Cadena de maracuya en el Perú .
- [16] Revista Frutícola Brasileña. (2018). Recuperado de <https://doi.org/10.1590/0100-29452018968>
- [17] Para Morera, M. (s.f). Recuperado de https://www.cpac.embrapa.br/publico/usuarios/uploads/organizacaoprodutiva/palestra_marisol.pdf
- [18] Zambrano, R. A., Reyes, P. S. A., & Chévez, I. P. (2019). Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n40/a19v40n40p04.pdf>
- [19] MIDAGRI. (2023). Recuperado de <https://www.gob.pe/midagri>
- [20] Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú . (2022). Cadena de maracuya en el Perú .
- [21] Revista Frutícola Brasileña. (2018). Recuperado de <https://doi.org/10.1590/0100-29452018968>
- [22] Ontaneda, I. (2020). Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tag/ivan-ontaneda/>
- [23] Hausmann, R., Santos, M. Á., Tudela Pye, J., Li, Y., & Ana. (2020). Recuperado de <https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/cid/files/publications/faculty-working-papers/2020-10-cid-wp-386-economic-complexity-loreto-es.pdf>
- [24] AGROCALIDAD. (2023). Recuperado de <https://www.agrocalidad.gob.ec/>
- [25] Universidad de Uruguay. (2023). Recuperado de <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>
- [26] Pérez, A. (2022). Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/blog/estrategias-de-internacionalizacion-que-debes-conocer>
- [27] Mones, M. (2023). Recuperado de <https://www.comercioaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/#titulo-1>
- [28] Zambrano, R. A., Reyes, P. S. A., & Chévez, I. P. (2019). Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n40/a19v40n40p04.pdf>
- [29] Ministerio de Agricultura y Ganadería . (2023). Recuperado de https://fliphtml5.com/ijia/axid/Bolet%C3%A9n_Situacional_Maracuy%C3%A1_2022/
- [30] Andrade Arteaga, C., Rodríguez-Rodríguez, R., Alfaro-Saiz, J. J., & Verdecho, M. J. (2020). An ANP-Balanced Scorecard methodology to quantify the impact of TQM elements on organisational strategic sustainable development: Application to an oil firm. Sustainability, 12(15), 6207. <https://doi.org/10.3390/su12156207>.
- [31] Flores-Jiménez, A., Andrade-Arteaga, C., Sambonino, B., Cabrera, C., & Lozano, M. (2023, julio). Empowerment and Organizational Capacity in SMEs in the Port Sector of Guayaquil: a literature review. En 21st LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2023.1.1.668>
- [32] Andrade-Arteaga, C., López-González, C., Morales-Sevillano, M., & Maruri, J. (2023, julio). Motivation and Organizational Performance in Port-based SMEs: a literature Review. En 21st LACCEI International Multi-

Conference for Engineering, Education, and Technology.
<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2023.1.1.719>

[33] Vices-Zambrano, D., Andrade-Arteaga, C., & Arteaga-González, A. (2023, julio). Gestures and Behaviors on Multitouch Surfaces for Collaborative Software Design. En 21st LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2023.1.1.655>