



Oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en el 2023

Commercial opportunities for papaya exports from Ecuador to Peru in 2023

Commercial opportunities for papaya exports from Ecuador to Peru in 2023

Adriana Nicole Pluas-Muñoz ^I

aplus1@utmachala.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0008-7471-2250>

Marco Fabricio Sánchez-Maldonado ^{II}

msanchez@utmachala.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4683-5671>

Correspondencia: aplus1@utmachala.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 11 de enero de 2024 * **Aceptado:** 27 de febrero de 2024 * **Publicado:** 20 de marzo de 2024

I. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

II. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Resumen

La exportación de productos perecibles, como frutas, verduras, lácteos y carnes, implica desafíos únicos debido a su vida útil limitada. Un cuidadoso control de la temperatura, manipulación adecuada y planificación logística son esenciales para mantener la frescura y la seguridad alimentaria durante el transporte y almacenamiento. Ecuador, conocido por exportar diversos productos perecibles, enfrenta la tarea de cumplir con normativas internacionales y garantizar la calidad de sus exportaciones. En particular, la exportación de papaya ecuatoriana hacia Perú ha experimentado un aumento significativo debido a la creciente demanda en el mercado peruano y la calidad de la producción de papaya en Ecuador. Esta actividad comercial es fundamental para la economía ecuatoriana, requiriendo una logística especializada para mantener la frescura y calidad durante el transporte. La colaboración entre gobiernos, autoridades aduaneras, exportadores y empresas de logística es crucial para facilitar este proceso y garantizar el éxito en la exportación de productos perecibles. El artículo destaca la importancia de acuerdos comerciales entre Ecuador y Perú, así como con otros países, para facilitar el comercio internacional de productos agrícolas. El objetivo de la investigación es determinar las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en el 2023. Se utilizaron métodos teóricos, analítico-sintéticos, históricos lógicos, inductivo-deductivos y empíricos, incluyendo el estudio de documentos para recopilar información sobre el proceso de exportación de papaya. El principal resultado es la identificación de oportunidades específicas en el mercado peruano para la papaya ecuatoriana, como cambios en la demanda del consumidor, preferencias de productos frescos y factores que podrían influir en las decisiones de compra.

Palabras clave: Comercial; Exportación; Oportunidad; Papaya; Perú.

Abstract

Exporting perishable products, such as fruits, vegetables, dairy and meat, poses unique challenges due to their limited shelf life. Careful temperature control, proper handling and logistical planning are essential to maintain freshness and food safety during transportation and storage. Ecuador, known for exporting various perishable products, faces the task of complying with international regulations and guaranteeing the quality of its exports. In particular, the export of Ecuadorian papaya to Peru has experienced a significant increase due to the growing demand in the Peruvian market and the quality of papaya production in Ecuador. This commercial activity is fundamental

for the Ecuadorian economy, requiring specialized logistics to maintain freshness and quality during transportation. Collaboration between governments, customs authorities, exporters and logistics companies is crucial to facilitate this process and guarantee success in the export of perishable products. The article highlighted the importance of trade agreements between Ecuador and Peru, as well as with other countries, to facilitate international trade in agricultural products. The objective of the research is to determine the commercial opportunities for exporting papaya from Ecuador to Peru in 2023. Theoretical, analytical-synthetic, historical-logical, inductive-deductive and empirical methods were used, including the study of documents to collect information on the papaya export process. The main result is the identification of specific opportunities in the Peruvian market for Ecuadorian papaya, such as changes in consumer demand, preferences for fresh products and factors that could influence purchasing decisions.

Keywords: Commercial; Export; Chance; Papaya; Peru.

Resumo

A exportação de produtos perecíveis, como frutas, vegetais, laticínios e carne, apresenta desafios únicos devido ao seu prazo de validade limitado. O controle cuidadoso da temperatura, o manuseio adequado e o planejamento logístico são essenciais para manter o frescor e a segurança dos alimentos durante o transporte e armazenamento. O Equador, conhecido por exportar diversos produtos perecíveis, enfrenta a tarefa de cumprir as regulamentações internacionais e garantir a qualidade de suas exportações. Em particular, a exportação de mamão equatoriano para o Peru registou um aumento significativo devido à crescente procura no mercado peruano e à qualidade da produção de mamão no Equador. Esta atividade comercial é fundamental para a economia equatoriana, exigindo uma logística especializada para manter o frescor e a qualidade durante o transporte. A colaboração entre governos, autoridades aduaneiras, exportadores e empresas de logística é crucial para facilitar este processo e garantir o sucesso na exportação de produtos perecíveis. O artigo destacou a importância dos acordos comerciais entre o Equador e o Peru, bem como com outros países, para facilitar o comércio internacional de produtos agrícolas. O objetivo da pesquisa é determinar as oportunidades comerciais de exportação de mamão do Equador para o Peru em 2023. Foram utilizados métodos teóricos, analítico-sintéticos, histórico-lógicos, indutivo-dedutivos e empíricos, incluindo o estudo de documentos para coletar informações sobre o processo de exportação de mamão. O principal resultado é a identificação de oportunidades específicas no

mercado peruano para o mamão equatoriano, como mudanças na demanda do consumidor, preferências por produtos frescos e fatores que poderiam influenciar as decisões de compra.

Palavras-chave: Comercial; Exportação; Chance; Mamão; Peru.

Introducción

La exportación de productos perecibles implica la entrada de alimentos o productos que tienen una vida útil limitada debido a su naturaleza biológica o química. Estos productos, como frutas, verduras, lácteos y carnes, requieren cuidados especiales durante su transporte, almacenamiento y distribución para mantener su frescura y calidad. El control de la temperatura, la manipulación adecuada y la planificación logística son cruciales para evitar el deterioro y garantizar la seguridad alimentaria, es un proceso crítico en la cadena de suministro, donde se deben tomar medidas para asegurar la frescura y calidad de los productos. Esto involucra la planificación de transporte, almacenamiento adecuado, control de temperatura y gestión eficiente para evitar desperdicios y garantizar la seguridad alimentaria.

Los productos perecibles implican enviar alimentos o productos que tienen una vida útil limitada a otros países. Esto requiere una logística especializada para mantener la frescura y calidad durante el transporte. Se deben seguir regulaciones internacionales de seguridad alimentaria y aduanas, además de implementar sistemas de refrigeración y monitoreo de temperatura. La planificación cuidadosa y la colaboración con expertos en logística y normativas son esenciales para garantizar el éxito en la exportación de productos perecibles. La exportación de productos perecibles ecuatorianos es una parte importante de la economía del país. Ecuador es conocido por exportar una amplia variedad de productos perecibles, como frutas tropicales (bananas, mangos, piñas, papaya), flores, mariscos y vegetales. Este proceso implica una estricta gestión logística para garantizar que los productos mantengan su frescura durante el transporte. Se deben seguir normativas internacionales de calidad y seguridad alimentaria, y es esencial trabajar en colaboración con entidades gubernamentales y socios comerciales para asegurar el éxito en la exportación de estos productos.

La exportación de papaya ecuatoriana hacia Perú es una actividad comercial importante que se ha desarrollado en los últimos años debido a la creciente demanda de esta deliciosa fruta tropical en el mercado peruano y a la calidad de la producción de papaya en Ecuador. Perú, al igual que Ecuador, tiene un clima adecuado para el cultivo de papayas, pero la demanda interna de papaya a

menudo supera la producción local. Como resultado, Perú ha buscado suplir su demanda importando papayas de otros países, incluido Ecuador.

La papaya es la tercera fruta tropical más consumida a nivel mundial como efecto a su valor nutricional y a los diversos usos que se le atribuye en el campo culinario como ingrediente exclusivo en platos de alta cocina, farmacéutico como componente de medicina digestiva y estético, al funcionar como exfoliante y activo hidratante en la piel; es así como, la popularización de su consumo en países industrializados incentiva al cultivo y exportación, la misma que se concentra en un 99% en países en vías de desarrollo, en específico en zonas tropicales y subtropicales de América Latina y Asia. (Granda, 2021)

La colaboración entre los gobiernos, las autoridades aduaneras, los exportadores y las empresas de logística es crucial para facilitar la exportación de papaya. Esta asociación puede mejorar la eficiencia de los procesos de importación y exportación, asegurando que los productos ecuatorianos lleguen frescos y en condiciones óptimas a los consumidores peruanos.

Metodología

El estudio sobre las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en 2023 se enmarcó en una investigación de tipo aplicada y descriptiva, destacándose por su enfoque meticuloso y exhaustivo para comprender a fondo las dinámicas del mercado entre ambos países. Para lograr este objetivo, se implementó un diseño de investigación de estudio de campo con orientación temporal transversal, lo que permitió recabar datos en un momento específico y analizarlos de manera transversal, sin requerir un seguimiento continuo a lo largo del tiempo. Esta elección metodológica se ajustó perfectamente a la naturaleza de la investigación, al proporcionar una instantánea detallada de las condiciones comerciales en ese periodo específico.

La recopilación de datos estuvo principalmente centrada en información cuantitativa, utilizando la papaya como unidad de análisis primaria. Se dio prioridad a los datos numéricos y estadísticas relacionadas con la exportación de papaya, lo que permitió realizar un análisis objetivo y cuantitativo de las oportunidades comerciales. Este enfoque se alineó con el paradigma cuantitativo, que sirvió como base metodológica para la investigación. Este paradigma se enfoca en la medición y cuantificación de fenómenos, lo que facilitó el análisis riguroso de los datos recolectados y proporcionó resultados sólidos y verificables.

Además, se adoptaron varios métodos teóricos, incluyendo análisis analítico-sintéticos, histórico-lógicos e inductivo-deductivos, con el fin de obtener una perspectiva holística de las oportunidades comerciales en cuestión. Esta combinación de enfoques teóricos permitió analizar y comprender las oportunidades comerciales desde diversos ángulos, garantizando así un análisis completo y exhaustivo. Para respaldar aún más la investigación, se incorporaron métodos empíricos como el estudio de documentos, lo que permitió examinar detalladamente registros e información relevante. Esto garantizó que la investigación estuviera fundamentada en datos concretos y verificables, lo que a su vez aumentó la validez y confiabilidad de los hallazgos obtenidos.

Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura, que implicó extraer datos de artículos científicos y libros pertinentes. Para garantizar la precisión de los datos, se accedió a bases de datos reconocidas como Dialnet, Redalyc, Scielo y Scribd. Además, se consultaron fuentes oficiales de Ecuador y Perú, como el Banco Central del Ecuador y La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), para obtener información específica sobre ambos países. Para enriquecer el análisis, se utilizó Trademap, una plataforma especializada en datos estadísticos sobre el comercio exterior a nivel mundial, que ofreció información relevante para el estudio.

Esta investigación se destacó por su enfoque integral y riguroso, lo que permitió obtener una comprensión profunda y fundamentada de las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en 2023.

Resultado

La entrada de la papaya al mercado peruano representa una nueva oportunidad comercial para las exportaciones.

Se llevó a cabo una exhaustiva investigación sobre las exportaciones de papayas ecuatorianas, así como un análisis de las posibilidades en el mercado peruano, utilizando fuentes confiables para respaldar los hallazgos.

Definiciones

Acuerdos Comerciales

Según (Vera, 2019) “Un acuerdo comercial, participan dos o más países que buscan beneficios para sus estados, empleando estrategias, y creando sinergias para poder llegar a satisfacer los intereses de ambas partes”.

Acuerdos comerciales a nivel mundial entre países de diferentes tipos como cupos para exportación e importación, aranceles a cobrar por determinadas mercancías, por ingreso o salidas del país, reservas, restricciones para precautelar ciertos bienes y demás servicios debido a la potestad única de cada país para negociar según sus conveniencias. (Hurtado, 2022).

Se ha logrado identificar que aquellos países, cuyas economías están orientadas hacia el exterior, han aumentado sus exportaciones, mediante políticas de apertura comercial y de atracción de inversiones. Es por esto, que se requiere de la concertación de acuerdos comerciales, para lograr ventajas como inversión en infraestructura y talento humano, acceso a financiamiento, y eliminación de costos adicionales en los proyectos, de manera que el país se vuelva más competitivo y pueda mejorar su balanza comercial. (Arroyo, Rojas, & Kleeberg, 2016).

Dentro de la variable acuerdos comerciales vigentes, se puede evidenciar que Colombia y Perú cuentan con 15 y 19 acuerdos respectivamente con países como: Estados Unidos, Japón, China, Corea, India, la Unión Europea, Latinoamérica, entre otros; viéndose como países aperturistas al comercio internacional, mientras que el Ecuador presenta solamente 6 acuerdos comerciales ratificados hasta la fecha, siendo los más representativos los mantenidos con la Unión Europea y la Comunidad Andina de Naciones; y acuerdos de alcance parcial con países de Latinoamérica como México, Chile y el MERCOSUR, demostrando un interés más focalizado en el comercio intrarregional, lo que provoca que Ecuador no alcance ni a la mitad de acuerdos comerciales que tienen sus vecinos más próximos. (Adrián R, 2018).

Los acuerdos comerciales son pactos establecidos entre dos o más países con el objetivo de regular y promover el intercambio de bienes y servicios entre ellos. Estos acuerdos suelen incluir disposiciones relacionadas con la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias, la facilitación del comercio, la protección de la propiedad intelectual, la promoción de la inversión extranjera y la cooperación en áreas como la regulación laboral y ambiental. Los países participantes en los acuerdos comerciales buscan obtener beneficios mutuos, como el acceso preferencial a mercados, la expansión de sus exportaciones, el fomento de la competitividad y el estímulo al crecimiento económico.

Exportación

La exportación es un conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en un país extranjero para su adecuado uso, además de las importaciones, es un instrumento esencial del comercio interno. En general, están sujetos a las restricciones económicas y regulatorias de todos los países en cuanto a la importación de sus productos. Por lo tanto, entre países, ha habido muchos acuerdos con regulaciones que son beneficiosas para los firmantes. (Vega, Loayza, & Fernández, 2022).

Según (Ruiz, 2015) “Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero o en una zona especial de desarrollo económico”

Las exportaciones son vitales para el desarrollo económico de los países, al permitir el acceso a nuevos mercados y oportunidades comerciales. Además de impulsar el crecimiento empresarial y la creación de empleo, enfrentan desafíos como barreras comerciales y fluctuaciones en los mercados internacionales. Es crucial abordar estos obstáculos para promover un comercio justo y sostenible que beneficie a todos los involucrados.

Requisitos de exportación

El proceso de exportación empieza con la obtención de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) por parte del declarante a través del sistema informático ECUAPASS, a la misma se adjunta la factura comercial, proforma o documento previo a la transacción comercial y documentación con la que se cuente previo al embarque; dicha declaración crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador por parte del exportador. (Aduana, 2021).

Para exportar productos, se requiere obtener un registro como exportador a través del Registro Único Tributario (RUT), presentar una Determinación de Origen o Declaración Juramentada, emitir una factura comercial detallada, considerar una Lista de Empaque opcional, obtener un registro sanitario si es necesario y proporcionar una carta de responsabilidad. Estos trámites garantizan un proceso de exportación transparente y sin contratiempos. (SICEX, 2022).

El proceso de exportación descrito parece ser eficiente y bien estructurado, ya que utiliza el sistema informático ECUAPASS para agilizar la obtención de la Declaración Aduanera de Exportación. Sin embargo, sería útil proporcionar mayor claridad y asistencia a los exportadores, especialmente

para aquellos nuevos en el proceso, y revisar continuamente los procedimientos para identificar posibles áreas de mejora y simplificación.

Normas de calidad

En nuestro país la entidad que regula a las fábricas productoras de alimentos para consumo humano es la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), en conjunto con el Instituto Nacional de Normalización (INEN) quien es el encargado de otorgar las normativas vigentes para estandarizar los requisitos básicos e individuales para cada producto procesado a nivel nacional. (Freire, 2022).

El Sistema de Gestión de Calidad, forma parte importante del sistema de gestión de las organizaciones, con el cual se espera obtener resultados que se evidencian en el incremento de la calidad. Se conciben como normas y estándares internacionales relacionados entre sí, además de permitir que se cumplan los requisitos de calidad que una empresa u organización necesita para satisfacer los requerimientos de calidad de sus clientes; los hace mediante la mejora continua, mediante el orden y la sistematización. (Carriel, Barros, & & Fernández, 2018).

Las exportaciones están sujetas a regulaciones económicas y normativas en todos los países receptores. Por lo tanto, la importancia de los acuerdos comerciales entre países, los cuales establecen regulaciones beneficiosas para todas las partes involucradas. Además, que es un régimen aduanero que te permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero o en zonas especiales de desarrollo económico.

Documentos de exportación

La factura comercial es el documento que emite el vendedor, al importador por la venta sus productos. Según el COPCI, este documento deberá ser el original ya que, además de acreditar el valor de transacción comercial, servirá de soporte para la administración aduanera durante la comprobación de la mercancía importada. (Cremades & Bianchi, 2016)

El Certificado de Origen es el documento comercial que acredita el cumplimiento del origen nacional de las mercancías exportadas para acogerse a las preferencias arancelarias establecidas en los Acuerdos Comerciales. Cumplir con el origen nacional implica que cumpla con las reglas de origen. (Reyes, 2022).

El certificado de origen es un documento que certifica el origen de las mercancías. Esto significa que demuestra de dónde provienen los productos y cómo fueron fabricados. En el caso específico mencionado en el texto, se refiere a productos que son completamente obtenidos o manufacturados en el territorio ecuatoriano, así como a productos elaborados con insumos provenientes de países firmantes de un acuerdo comercial. Estos productos califican como "de origen" cuando no contienen insumos importados de otros países fuera del acuerdo comercial. (Muñoz & Quijije, 2019).

Los documentos de exportación comprenden dos elementos principales: la factura comercial y el certificado de origen. La factura comercial, emitida por el vendedor al importador, no solo registra el valor de la transacción, sino que también proporciona apoyo a la administración aduanera durante la inspección de la mercancía importada. Por otro lado, el certificado de origen es un documento que certifica el origen nacional de las mercancías exportadas, permitiendo que los productos se beneficien de preferencias arancelarias según los Acuerdos Comerciales y asegurando el cumplimiento de las reglas de origen. Juntos, estos documentos son fundamentales para respaldar y simplificar el proceso de exportación, garantizando la legalidad y el cumplimiento de los requisitos comerciales establecidos.

Cadena logística

La venta y el comercio de las mercancías necesitan de una buena calidad respectivamente, un buen servicio y un precio idóneo para la competencia. Aunque estos elementos no son suficientes, pues se necesita con antelación la venta de un producto con una organización, es decir, una logística. La gestión logística se ocupa en adquirir la eficiencia necesaria en la cadena de abastecimiento de un producto y, si esto tiene un impulso exportador, se habla de la logística internacional. (Plata, 2019) La cadena logística internacional es un motor vital del crecimiento económico mundial y, por ende, es el eslabón más fuerte del comercio internacional y el expuesto a riesgos que afectan su integridad y flujo. Cadena logística son todos los formatos, normas, equipos que se utilizan para la exportación. (Sacco, 2020).

La cadena logística es esencial en el comercio de mercancías, garantizando calidad, servicio y precios competitivos, además de una organización eficiente antes de la venta. Se centra en la gestión eficiente de la cadena de suministro, especialmente en el ámbito internacional para impulsar las exportaciones. Aunque vital para el crecimiento económico global, está expuesta a riesgos y

amenazas que pueden afectar su flujo y funcionamiento. En resumen, abarca todos los aspectos y equipos utilizados en el proceso de exportación, siendo fundamental para el éxito en el comercio internacional.

Arancel

Por otro lado, AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación), en el Ecuador se calculan en base al precio CIF del producto: AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) (Aduana, 2021).

Los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, se aplican de acuerdo con las normas legales de la OMC (Organización Mundial del Comercio) y otras leyes inherentes de cada país. (OMC, 2017).

Los aranceles son impuestos sobre las mercancías, aplicados en importaciones y exportaciones según las regulaciones de la OMC y las leyes nacionales. El AD-VALOREM se calcula como un porcentaje del valor CIF de los productos, mientras que los aranceles en general son tarifas impositivas para el comercio internacional.

En el primer trimestre de 2023, las exportaciones peruanas de papaya experimentaron una disminución significativa tanto en volumen como en valor en comparación con el mismo período del año anterior. Se registró una contracción del 64% en volumen y del 57% en valor, con un precio internacional de la papaya que fue un 19% mayor que en el año anterior. Esta caída en los despachos se atribuye a complicaciones ambientales y sociales a nivel nacional. La papaya congelada fue la presentación más demandada, representando prácticamente la totalidad del volumen y valor exportado. Chile fue el principal comprador, seguido por otros países como Guadalupe, Suiza, Uruguay e Italia. La empresa Andean Superfood S.C.R.L. fue la que exportó la mayor cantidad de papaya, representando el 77% del volumen total exportado. (Agraria, 2023).

Papaya

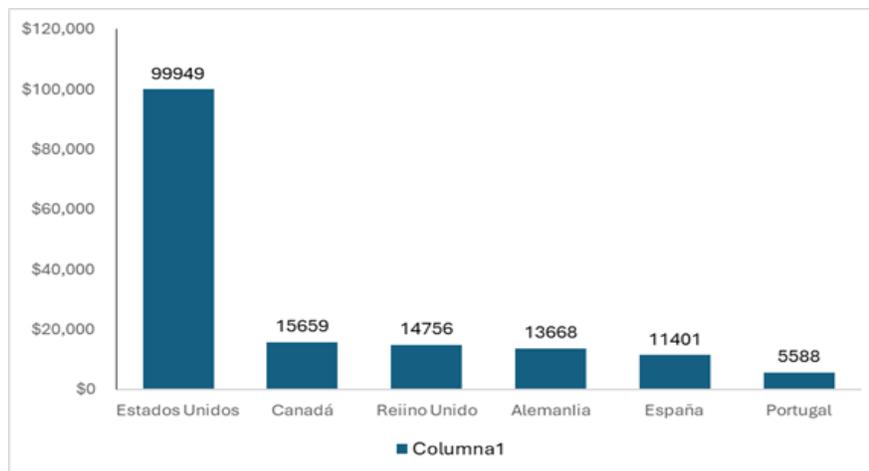
La papaya es una fruta tropical apreciada por su pulpa, la cual es mayormente de tonalidad anaranjada y tiene un sabor dulce y jugoso. Además de la pulpa, también se utilizan las semillas secas de la papaya. Esta fruta se consume en diferentes formas, ya sea como fruta fresca, cocida o en una variedad de preparaciones como helados, bebidas refrescantes y jaleas. Es importante destacar que la papaya es un alimento de bajo contenido calórico y es fácilmente digerible. (Fresh Fruit, 2023).

“El fruto de la papaya posee diferentes usos, tales como: fruta fresca, jugos, batidos, helados, en las ensaladas, elaboración de dulces envasados por la industria, tanto semiverde como madura” (Solano, 2018).

La papaya es una fruta tropical que se recolecta por primera vez entre los 9 y 10 meses después de que la planta ha sido sembrada. Este proceso ocurre aproximadamente 7 a 8 meses después del trasplante o 3 a 4 meses después de la floración, dependiendo del tipo de cultivar y las condiciones ambientales y de manejo de la plantación. Aunque las plantas adultas pueden seguir produciendo frutas de buena calidad durante varios años, con propósitos comerciales se recomienda limitar la cosecha a dos o tres años, extendiéndose ocasionalmente hasta 5 años, dependiendo de las condiciones sanitarias del cultivo y el crecimiento de la plantación. Para la exportación, se sugiere cosechar la fruta dos veces por semana de la misma planta. (OIRSA, 2005).

La papaya, un fruto tropical, tiene diversos usos que van desde su consumo fresco hasta la elaboración de jugos, batidos, helados, ensaladas y dulces envasados, ya sea en su estado semiverde o maduro. Su recolección es entre los 9 y 10 meses tras la siembra de la planta, lo que suele ocurrir 7 a 8 meses tras el trasplante o 3 a 4 meses después de la floración, dependiendo de factores, como el tipo de cultivo y las condiciones ambientales. Aunque las plantas adultas pueden seguir produciendo frutas de buena calidad durante varios años, se recomienda limitar la cosecha comercial a un máximo de dos o tres años, y en algunos casos hasta 5 años, dependiendo de las condiciones sanitarias y del crecimiento de la plantación. Para su exportación, se sugiere cosechar la fruta dos veces por semana de la misma planta.

Figura 1: Potenciales compradores de papaya en el mundo



Fuente: Elaboración propia con información TRADEMAP

Los potenciales compradores de papaya en el mundo en 2023, se puede profundizar en algunos aspectos adicionales para comprender mejor el panorama del mercado: Estados Unidos, como el mercado más grande, representa una gran oportunidad para los exportadores de papaya debido a su gran población y su alta demanda de frutas tropicales. Además, la proximidad geográfica de algunos países productores de papaya, como México y algunos países latinoamericanos, facilita el comercio con este país. Canadá tiene una población más pequeña que Estados Unidos, su alta capacidad adquisitiva y su interés en una variedad de productos agrícolas frescos hacen que sea un mercado atractivo para la papaya.

Reino Unido, a pesar de su salida de la Unión Europea, sigue siendo un importante mercado para frutas tropicales, incluida la papaya. Su diversidad cultural y gastronómica crea una demanda estable para productos exóticos como la papaya. Alemania, España y Portugal, estos países europeos tienen una sólida demanda de frutas tropicales debido a su alto nivel de vida y su interés en una alimentación saludable y variada. Además, la presencia de comunidades migrantes de países donde la papaya es común también impulsa la demanda en estos mercados.

Al considerar estos mercados, los productores y exportadores de papaya pueden ajustar sus estrategias de comercialización y distribución para aprovechar al máximo las oportunidades ofrecidas por cada país. Es importante tener en cuenta factores como los requisitos de calidad y seguridad alimentaria, los aranceles y las regulaciones de importación específicas de cada mercado para garantizar el éxito en las exportaciones de papaya.

Situación desafiante para las exportaciones de papaya peruana, ya que se revela un marcado declive en las exportaciones de papaya durante el 2023 en comparación con el año anterior. Se observa una significativa contracción del 64% en volumen y del 57% en valor, lo que indica una disminución considerable en la actividad exportadora de este producto. Este fenómeno puede atribuirse a varios factores, entre ellos, complicaciones ambientales y sociales a nivel nacional, que han impactado negativamente en la producción y la capacidad de exportación. Además, se destaca que la papaya congelada fue la presentación más demandada, concentrando prácticamente la totalidad del volumen y valor exportado, mientras que las formas frescas y la pulpa apenas representaron una fracción mínima. En cuanto a los destinos de exportación, se observa una limitada diversificación, con solo cinco países demandando el producto, siendo Chile el principal comprador.

Para promover las exportaciones de papaya ecuatoriana a Perú y aprovechar las oportunidades comerciales entre ambos países, es crucial resaltar las ventajas competitivas y la calidad superior de la papaya ecuatoriana. En comparación con la papaya peruana, la papaya ecuatoriana se distingue por su sabor más dulce, su textura más jugosa y su mayor frescura, lo que la convierte en la opción preferida para los consumidores exigentes. Para aumentar la presencia de la papaya ecuatoriana en el mercado peruano, se pueden establecer alianzas estratégicas con importadores y distribuidores locales, así como participar en ferias y eventos comerciales en Perú para promover el producto y establecer contactos comerciales. Además, se puede llevar a cabo una estrategia de marketing dirigida al público peruano destacando las cualidades únicas de la papaya ecuatoriana y su valor nutricional.

Al mismo tiempo, es importante explorar oportunidades de colaboración entre empresas ecuatorianas y peruanas en la cadena de suministro y la logística para facilitar el comercio bilateral de papaya y promover la integración económica entre ambos países, resaltar las ventajas de la papaya ecuatoriana, establecer alianzas comerciales y fomentar la colaboración bilateral son estrategias clave para impulsar las exportaciones de papaya ecuatoriana a Perú y aprovechar las oportunidades comerciales entre ambos países.

Discusión

Las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en el 2023 se fundamenta en la necesidad de comprender las definiciones clave relacionadas con los acuerdos comerciales, exportaciones, requisitos de exportación, normas de calidad, documentos de

exportación, cadena logística y aranceles. Los acuerdos comerciales, como señala Vera (2019), involucran la cooperación entre dos o más países para buscar beneficios mutuos, promoviendo la apertura económica y mejorando la competitividad nacional. En este contexto, se destaca la importancia de las exportaciones, definidas como la venta de bienes y servicios de un país a otro, como una herramienta esencial del comercio internacional, que se ve facilitada por los acuerdos comerciales y los requisitos de exportación establecidos por las autoridades aduaneras.

Los requisitos de exportación incluyen la obtención de la Declaración Aduanera de Exportación y el cumplimiento de las normas de calidad establecidas por entidades reguladoras como ARCSA e INEN, lo que garantiza la seguridad y calidad de los productos exportados. Además, los documentos de exportación, como la factura comercial y el certificado de origen, son fundamentales para respaldar el proceso de exportación y cumplir con los requisitos legales y comerciales. La cadena logística, que abarca desde la producción hasta la entrega de productos al cliente, juega un papel crucial en la exportación, asegurando la eficiencia y el cumplimiento de los plazos de entrega. Por último, los aranceles, como los AD-VALOREM y otros impuestos de importación y exportación, influyen en el costo de los productos exportados e importados, y su comprensión es esencial para la planificación y ejecución de estrategias de exportación exitosas. En conjunto, estas definiciones proporcionan un marco integral para entender los desafíos y oportunidades en el proceso de exportación de papaya de Ecuador a Perú, subrayando la importancia de una gestión eficiente y el cumplimiento de los requisitos comerciales y regulatorios establecidos.

Las oportunidades se basan en varios aspectos clave que se deben considerar para desarrollar una estrategia efectiva, analizar el mercado peruano es fundamental para comprender el mercado objetivo, incluidas las tendencias de consumo, preferencias del consumidor y competencia local. Además, es crucial investigar los requisitos reglamentarios y de calidad específicos para la importación de papaya en Perú, lo que incluye normas sanitarias y fitosanitarias, así como requisitos de etiquetado, también se debe realizar una comparación detallada entre la papaya ecuatoriana y la peruana en términos de calidad, sabor, textura y frescura. Hay que destacar las ventajas competitivas de la papaya ecuatoriana, como su sabor más dulce y su textura más jugosa, puede ayudar a diferenciar el producto en el mercado peruano y atraer a los consumidores.

Establecer alianzas estratégicas con importadores, distribuidores y minoristas locales en Perú puede facilitar la entrada al mercado y mejorar la distribución de la papaya ecuatoriana. Además,

explorar oportunidades de colaboración en la cadena de suministro y la logística con empresas peruanas puede ayudar a reducir los costos y mejorar la eficiencia en la exportación. Además, es crucial investigar y seleccionar los canales de distribución más efectivos para llegar a los consumidores peruanos. Ya sea a través de supermercados, tiendas especializadas, mercados mayoristas o ventas en línea, adaptar la estrategia de distribución según las características del mercado puede mejorar significativamente el alcance y la efectividad de la comercialización de la papaya ecuatoriana en Perú.

La diversificación de productos y presentaciones de papaya, como jugos, conservas, mermeladas o snacks, ofrece una oportunidad emocionante para ampliar la presencia de la fruta ecuatoriana en el mercado peruano. Al ofrecer una variedad de opciones, se puede satisfacer mejor las diversas preferencias de los consumidores y explorar nuevas oportunidades comerciales. Desarrollar una estrategia de marketing dirigida al público peruano para destacar las cualidades únicas y el valor nutricional de la papaya ecuatoriana puede ayudar a generar interés y aumentar la demanda del producto. Participar en ferias y eventos comerciales en Perú también puede ser una forma efectiva de promover la papaya ecuatoriana y establecer contactos comerciales.

El monitoreo constante del mercado y la competencia es esencial para mantenerse al día con las tendencias y demandas cambiantes. Ser ágil y estar preparado para adaptar la estrategia comercial según sea necesario puede marcar la diferencia en un mercado dinámico como el peruano. La colaboración con instituciones gubernamentales y organismos comerciales tanto en Ecuador como en Perú puede proporcionar un importante respaldo y facilitar el comercio bilateral. Participar en misiones comerciales, organizar eventos promocionales y negociar acuerdos bilaterales son formas efectivas de fomentar el intercambio comercial de papaya entre ambos países.

Por último, hay que destacar los esfuerzos de sostenibilidad y responsabilidad social en la producción y comercialización de papaya ecuatoriana puede generar una imagen positiva de la marca y diferenciarla en el mercado peruano. Los consumidores cada vez más valoran los productos que tienen un impacto positivo en el medio ambiente y en las comunidades locales. Asegurarse de cumplir con todos los requisitos de exportación, incluida la documentación necesaria, los registros sanitarios y los procedimientos aduaneros, es fundamental para garantizar un proceso de exportación fluido y sin contratiempos.

Conclusión

En la evaluación de las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en 2023, se destaca un panorama alentador basado en varios factores clave. En primer lugar, se identifica un mercado peruano en crecimiento continuo, impulsado por una demanda cada vez mayor de productos frescos y saludables, donde la papaya ecuatoriana podría encontrar una posición sólida. Esta tendencia se ve respaldada por una preferencia creciente por frutas tropicales de alta calidad en la dieta peruana. Ecuador, con su reputación establecida en la producción de papaya de calidad superior y sus condiciones climáticas ideales para el cultivo, está bien posicionado para satisfacer esta demanda en constante aumento.

En conclusión, la investigación detallada sobre las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en el año 2023 ha proporcionado una comprensión integral de los factores clave que influyen en este mercado específico. Mediante un enfoque meticuloso, se ha analizado la dinámica del mercado entre ambos países, identificando una demanda creciente de papaya en el mercado peruano. Los hallazgos de este estudio revelan un panorama prometedor para los productores ecuatorianos de papaya. A pesar de los desafíos enfrentados por las exportaciones peruanas de papaya durante el período analizado, como se evidencia en la disminución significativa en volumen y valor, se ha observado una demanda sostenida en el mercado peruano.

Es crucial destacar que, además de la papaya fresca, hay una oportunidad creciente para productos procesados como la papaya congelada, lo que amplía aún más el potencial de exportación para Ecuador. Esta demanda diversificada abre nuevas posibilidades para los exportadores ecuatorianos en el mercado peruano y destaca la importancia de la innovación en la oferta de productos. Para capitalizar estas oportunidades, se recomienda a los productores ecuatorianos destacar las ventajas competitivas de su papaya, como su sabor más dulce, su textura jugosa y su mayor frescura en comparación con las variedades de otros países. Además, establecer alianzas estratégicas con importadores y distribuidores locales en Perú, así como participar en eventos comerciales y campañas de marketing dirigidas al público peruano, son acciones clave para promover el producto de manera efectiva.

Asimismo, se destaca la importancia de la colaboración en la cadena de suministro y la logística entre empresas ecuatorianas y peruanas para facilitar el comercio bilateral de papaya y fortalecer las relaciones económicas entre ambos países. Las oportunidades comerciales de exportación de papaya de Ecuador a Perú en el año 2023 proporcionan una base sólida para la planificación estratégica de los productores ecuatorianos. A través de un enfoque centrado en la calidad, la

innovación y la colaboración, se pueden aprovechar plenamente las oportunidades disponibles en el mercado peruano, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo de la industria de la papaya en Ecuador.

Referencias

1. Adrián R, A. G. (26 de Julio de 2018). Análisis exploratorio de la apertura comercial del Ecuador frente a Perú y Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5711/5711168607001/html/>
2. Aduana. (2021). Proceso de Exportación. Servicio Nacional de Aduanas Del Ecuador.
3. Agraria. (2023). Exportaciones de papaya cayeron 64% en volumen y 57% en valor en el primer trimestre del 2023.
4. Arroyo, P., Rojas, M., & Kleeberg, F. (2016). Diversificación productiva para mejorar la competitividad en los acuerdos comerciales del sector agroindustrial en el Perú.
5. Carriel, R., Barros, C., & Fernández, F. (2018). Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento, 2(1), 625-644.
6. Cremades, A., & Bianchi, M. (2016). El mercado de repuestos para automóviles en Ecuador abril 2016.
7. Freire. (2022). Implementación de un plan HACCP para la producción de conserva de atún en aceite de oliva previo exportación a EEUU.
8. Fresh Fruit. (2023). Papaya, Carica Papaya/ Caricaceae.
9. Granda, M. J. (mayo de 2021). ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE PAPAYA AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2020-2025.
10. Hurtado, A. J. (2022). Exportación de banano orgánico bajo el régimen de transbordo desde Perú (sullana) a estados unidos (hueneme).
11. Morales, O. I. M. (2021). EL MARKETING INTERNACIONAL COMO HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA UNA EXPORTACIÓN EFECTIVA.
12. Muñoz, B. E., & Quijije, A. V. (2019). Importancia de los certificados de origen en las Mipymes Exportadoras del sector textil.

13. OIRSA. (2005). Prácticas fitosanitarias y manejo del cultivo de papaya (Carica papaya) para exportación: (ed.). OIRSA.
14. OMC. (2017). Los Acuerdos de la OMC. Obtenido de El Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio y sus Anexos.
15. Plata, R. M. (2019). Los Términos de Intercambio y su Influencia en la Exportación de Aceituna en Tacna, Período 2016-2018.
16. Reyes, S. (2022). Nuevas tendencias en la emisión de los certificados de origen. CCL.
17. Ruiz. (2015). Proceso de exportación en un marco del sistema de Gestión de Calidad, según norma ISO 9001 2008.
18. Sacco. (2020). análisis cualitativo de los riesgos de la cadena logística y la seguridad del contenedor en el proceso de comercio exterior.
19. SICEX. (2022). Requisitos para exportar este año de forma exitosa.
20. Salazar-Escorcia, L. S. (Julio - diciembre de 2020). Investigación Cualitativa: Una respuesta a las Investigaciones Sociales Educativas.
21. Serna, M. (mayo de 2019). ¿Cómo mejorar el muestreo en estudios de porte medio usando diseños con métodos mixtos? Aportes desde el campo de estudio de elites. EMPIRIA.
22. Solano, S. (2018). Comportamiento agronómico de tres variedades de papaya (Carica papaya).
23. Suárez, R., Gilces, M., Menéndez, A., & Ferrin, K. (2021). El proceso de producción y distribución de la pitahaya en Manabí para su exportación directa. Brazilian Journals of Business, 3(4), 3330-3344.
24. Vega, F., Loayza, J., & Fernandez, G. (2022). Las políticas arancelarias en Ecuador en el período 2008-2020.
25. Vera, L. (2019). Análisis de la dinámica del comercio internacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2017.