



Estrategias para la producción, posicionamiento y exportación de hortalizas desde Ecuador: Un análisis de oportunidades comerciales para la sostenibilidad de la cadena de valor

Strategies for the production, positioning and export of vegetables from Ecuador: An analysis of commercial opportunities for the sustainability of the value chain

Estratégias para a produção, posicionamento e exportação de hortícolas do Equador: uma análise das oportunidades comerciais para a sustentabilidade da cadeia de valor

María Gabriela Zúñiga-González ^I
maria.zunigago@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6175-8833>

Pablo Lenin Vargas-Ramírez ^{II}
pablo.vargasram@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3800-6358>

Mariela Priscilla Vargas-Ramírez ^{III}
mariela.vargasr@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5987-072X>

María de los Ángeles Barros-Paredes ^{IV}
maria.barrospar@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0004-4585-6192>

Correspondencia: maria.zunigago@ug.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 12 de octubre de 2024 * **Aceptado:** 23 de noviembre de 2024 * **Publicado:** 31 de diciembre de 2024

- I. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- II. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- III. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- IV. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El artículo examina el estado actual y las perspectivas del comercio internacional de hortalizas congeladas en Ecuador. Este país se ha consolidado como un exportador destacado, aprovechando su diversidad climática y agrícola para abastecer mercados clave como Estados Unidos, Japón y Europa. Sin embargo, su alta dependencia de los mercados estadounidense y japonés, que representan más del 60 % de las exportaciones, lo expone a riesgos derivados de fluctuaciones en la demanda y cambios en las políticas comerciales.

Entre 2019 y 2023, los datos reflejan un aumento en las exportaciones hacia Europa, especialmente a países como Alemania y Bélgica, mientras que Canadá presenta desafíos debido a la disminución de su demanda. También surgen oportunidades en mercados que valoran la calidad, como Francia y Trinidad y Tobago, donde los márgenes de beneficio son elevados, lo que evidencia el potencial para diversificar y fortalecer la base de clientes internacionales.

El artículo propone estrategias clave para potenciar la competitividad y sostenibilidad del sector. Estas incluyen diversificar mercados hacia Europa y Oriente Medio, adoptar tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia y reducir desperdicios, y garantizar certificaciones que respalden la calidad y sostenibilidad de los productos. Además, se subraya la importancia de políticas públicas que favorezcan el acceso a nuevos mercados y promuevan prácticas responsables a lo largo de toda la cadena de valor. Con estas iniciativas, Ecuador puede consolidar un crecimiento sostenible y competitivo en el sector de hortalizas congeladas.

Palabras clave: Producción sostenible; cadenas de valor; mercados internacionales.

Abstract

The article examines the current state and prospects of international trade in frozen vegetables in Ecuador. This country has established itself as a leading exporter, taking advantage of its climatic and agricultural diversity to supply key markets such as the United States, Japan and Europe. However, its high dependence on the American and Japanese markets, which represent more than 60% of exports, exposes it to risks arising from fluctuations in demand and changes in trade policies.

Between 2019 and 2023, the data reflect an increase in exports to Europe, especially to countries such as Germany and Belgium, while Canada presents challenges due to the decrease in its demand. Opportunities also arise in markets that value quality, such as France and Trinidad and Tobago,

where profit margins are high, evidencing the potential to diversify and strengthen the international customer base.

The article proposes key strategies to enhance the competitiveness and sustainability of the sector. These include diversifying markets towards Europe and the Middle East, adopting advanced technologies to improve efficiency and reduce waste, and ensuring certifications that support product quality and sustainability. In addition, the importance of public policies that favor access to new markets and promote responsible practices throughout the value chain is underlined. With these initiatives, Ecuador can consolidate sustainable and competitive growth in the frozen vegetable sector.

Keywords: Sustainable production; value chains; international markets.

Resumo

O artigo examina o estado atual e as perspectivas do comércio internacional de produtos hortícolas congelados no Equador. Este país consolidou-se como um exportador proeminente, aproveitando a sua diversidade climática e agrícola para abastecer mercados importantes como os Estados Unidos, o Japão e a Europa. No entanto, a sua elevada dependência dos mercados dos EUA e do Japão, que representam mais de 60% das exportações, expõe-no a riscos decorrentes de flutuações na procura e de alterações nas políticas comerciais.

Entre 2019 e 2023, os dados refletem um aumento das exportações para a Europa, especialmente para países como a Alemanha e a Bélgica, enquanto o Canadá apresenta desafios devido à diminuição da procura. Estão também a surgir oportunidades em mercados que valorizam a qualidade, como França e Trinidad e Tobago, onde as margens de lucro são elevadas, demonstrando o potencial para diversificar e fortalecer a base de clientes internacionais.

O artigo propõe estratégias-chave para aumentar a competitividade e a sustentabilidade do setor. Estas incluem a diversificação dos mercados na Europa e no Médio Oriente, a adoção de tecnologias avançadas para melhorar a eficiência e reduzir o desperdício, e a garantia de certificações que apoiam a qualidade e a sustentabilidade dos produtos. Além disso, destaca-se a importância de políticas públicas que favoreçam o acesso a novos mercados e promovam práticas responsáveis ao longo de toda a cadeia de valor. Com estas iniciativas, o Equador pode consolidar o crescimento sustentável e competitivo no setor dos legumes congelados.

Palavras-chave: Produção sustentável; cadeias de valor; mercados internacionais.

Introducción

El desarrollo económico de Ecuador, al igual que el de otros países latinoamericanos, se ha vinculado históricamente al aumento de las exportaciones. La idea central es que al mejorar la competitividad en el mercado internacional y consolidar una posición en el comercio de bienes y servicios, se generan tasas de crecimiento importantes en el Producto Interno Bruto (Chulde, 2002). Esto se basa en la premisa de que las exportaciones generan ingresos que dinamizan la economía, creando empleo e inversión. Sin embargo, esta visión tiene matices importantes vinculadas a la dependencia, competitividad, diversificación, valor agregado y políticas públicas. Ecuador se ha consolidado como un país exportador especializado en materias primas y productos primarios, destacándose en la categoría de productos procesados. Entre estos, las hortalizas congeladas ocupan un lugar importante dentro de las exportaciones, destinándose principalmente a mercados de Japón, Estados Unidos y Europa. Este segmento pertenece a la tercera gama de productos hortofrutícolas, caracterizada por la congelación rápida como método de conservación, lo que permite mantener sus propiedades nutricionales, organolépticas y extender su vida útil.

En Ecuador, la producción de hortalizas congeladas es liderada por grandes industrias alimenticias como Provefruit, Ecofruit, Pro Congelados y Nova, las cuales abastecen en su mayoría al mercado internacional, dejando una menor participación para el consumo local. Estos productos, además de representar un valor agregado a las materias primas, son el resultado de procesos tecnológicamente avanzados que alinean la calidad con las demandas globales.

Desde una perspectiva sostenible, la exportación de hortalizas congeladas puede contribuir al desarrollo económico del país al tiempo que minimiza el desperdicio de alimentos. Según estudios sobre sostenibilidad en la industria alimentaria, el procesamiento de productos congelados no solo asegura un menor deterioro durante su almacenamiento y transporte, sino que también reduce la presión sobre los recursos naturales, al optimizar la producción y distribución de alimentos (Zambrano, 2021).

Con énfasis en la tercera gama de productos hortofrutícolas, Ecuador se posiciona como un actor clave en el comercio internacional de hortalizas congeladas, aprovechando su diversidad agrícola y las oportunidades que ofrecen los mercados globales. Sin embargo, el desafío radica en potenciar la sostenibilidad de estas exportaciones, garantizando prácticas responsables en toda la cadena de valor.

En la sierra ecuatoriana, según la Asociación de Productores de Frutas y Legumbres (Aprofel), se procesan y congelan al menos una decena de vegetales entre ellos (espárragos, brócoli, coliflor, zanahorias, col, alverja, maíz dulce, vainitas etc. incluye papas fritas precocidas), Aprofel considera que en Ecuador hay más preferencia por productos frescos, sin embargo, sí existe un segmento en el mercado local que demanda alimentos congelados.

Además, las frutas frescas y las hortalizas de Ecuador presentan un potencial significativo en el mercado internacional. La ubicación geográfica estratégica y la diversidad climática del país permiten la producción durante todo el año de una amplia gama de productos agrícolas de alta calidad. Esto brinda a Ecuador la ventaja competitiva de poder abastecer mercados que buscan productos frescos fuera de sus temporadas de producción.

Marco teórico

La teoría de la ventaja comparativa, propuesta por David Ricardo, establece que un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien cuando su costo de oportunidad es menor en comparación con otros países. Esto implica que cada nación puede especializarse en producir bienes para los cuales es relativamente más eficiente, aprovechando los recursos naturales y otros factores disponibles. A diferencia de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith, que se centra en los costos totales de producción, la ventaja comparativa analiza cómo los mercados asignan recursos hacia sectores más productivos, fomentando un comercio internacional más eficiente.

Según esta teoría, los países exportan bienes que producen de manera más eficiente e importan aquellos que resultan menos eficientes de producir localmente. Esto convierte el comercio internacional en un método indirecto de producción: en lugar de fabricar todos los productos necesarios, un país produce lo que hace mejor y lo intercambia por lo que no puede producir competitivamente. Así, se optimizan los recursos laborales y se reduce el esfuerzo necesario para acceder a ciertos bienes, favoreciendo el desarrollo de sectores productivos clave y promoviendo el intercambio global. (Ricardo, 2012).

La teoría de la competitividad, propuesta por Michael Porter, se centra en la capacidad de las empresas para crear valor como fundamento de su ventaja competitiva. Este valor se define como el precio que los compradores están dispuestos a pagar, y su crecimiento depende de ofrecer precios más bajos que los competidores para obtener beneficios similares o proporcionar beneficios únicos que distinguen el producto en el mercado. Estrategias como descuentos o incentivos pueden atraer

clientes y ampliar mercados, mientras que, en el largo plazo, es posible compensar precios más altos si se logra consolidar un valor percibido superior.

El objetivo principal de cualquier estrategia comercial es generar un retorno de inversión positivo mediante la creación de valor agregado para el comprador que supere el costo de producción. En este contexto, el análisis de la posición competitiva debe priorizar el concepto de valor sobre el costo. De esta forma, las empresas que logran alinear su propuesta de valor con las expectativas del mercado son capaces de mantenerse rentables y competitivas a lo largo del tiempo. (Porter, 1984).

Respecto al desarrollo local se conceptualiza bajo ideologizaciones, es presentado como el retorno a formas sociales mejores, en las que se rescatarían los valores comunitarios de las sociedades aldeanas y se generarían las mejores formas de democracia directa con canales de participación del pueblo, de la base. (Arocena, 1995).

Según el autor demuestra que la participación de la ciudadanía es fundamental, para el desarrollo de la población que se encuentra en los alrededores del giro del negocio, lo que conlleva al aumento de la oferta de empleo para los moradores y se benefician directa e indirectamente. Con la llegada de inversión extranjera aumenta las posibilidades.

Vázquez-Barquero considera al desarrollo local como el proceso de crecimiento económico y cambio estructural que lleva hacia un mejoramiento en el nivel de vida de la población local, mediante tres dimensiones: económica (empresarios locales hacen que su productividad sea competitiva en los mercados, socio-cultural (valores e instituciones son la base del desarrollo) y, político-administrativa (se cuenta con un entorno económico local favorable, gracias a políticas territoriales) (Boisier, 2010).

Por otro lado, la teoría del desarrollo sostenible surge como un marco conceptual que busca armonizar el progreso económico y social con la conservación de los recursos naturales, asegurando el bienestar de las generaciones presentes y futuras. Este enfoque se fundamenta en un convenio implícito entre el desarrollo humano y su relación con la naturaleza, reconociendo que la sostenibilidad es esencial para preservar los sistemas ecológicos que sustentan la vida. Más allá de ser un objetivo a largo plazo, el desarrollo sostenible se convierte en un instrumento clave para orientar políticas públicas, estrategias empresariales y prácticas comunitarias hacia un equilibrio entre el crecimiento y la responsabilidad ambiental.

En el ámbito rural, esta teoría subraya la importancia de los hogares y comunidades agrícolas como agentes clave en la seguridad alimentaria y la conservación de la agrobiodiversidad. La intensificación de los esfuerzos para fomentar prácticas sostenibles en este sector ha fortalecido su rol como pilar de la economía global, a la vez que contribuye al manejo responsable de los recursos naturales. Esto incluye la promoción de técnicas agrícolas que respeten los ciclos naturales del suelo, la implementación de políticas que favorezcan la equidad social y la mitigación de los impactos del cambio climático. En este contexto, el desarrollo sostenible no solo garantiza una producción eficiente y ecológica, sino que también fomenta la resiliencia de las comunidades frente a los desafíos ambientales y socioeconómicos del futuro. (Cruz, 2003).

Según Luis Jiménez Herrero, un nuevo enfoque del fenómeno del cambio global que altera una serie de relaciones entre la sociedad y el medio ambiente, con persistencia a largo plazo y un sentido de responsabilidad del presente hacia las generaciones futuras. (Jiménez H. L., 2011) En la actualidad el medio ambiente forma parte de los procesos económicos y esto conlleva a la utilización de nuevas normas que sean amigables con el medio ambiente.

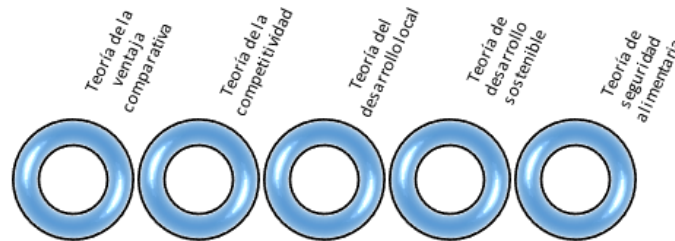
El desarrollo sostenible plantea obtener un crecimiento económico de la mano de la conservación del medio ambiente, a su vez, se espera plantear buenas prácticas de manufactura que conlleven métodos eficientes para la conservación del planeta. Tras el debido planteamiento, se aguarda un mejor futuro para las siguientes generaciones con planes sustentables que otorga beneficios al sector productor.

Así mismo, la inocuidad de los alimentos es esencial para garantizar que las personas tengan acceso a productos confiables y saludables que satisfagan sus necesidades nutricionales y permitan llevar una vida activa. Según la FAO (1996), la seguridad alimentaria depende de cumplir estándares internacionales de calidad y control en los alimentos de exportación y consumo local. Esto implica garantizar la disponibilidad física de alimentos a nivel nacional y local, el acceso equitativo frente a problemas económicos y sociales como la pobreza y la desnutrición, y la estabilidad en el suministro, a pesar de desafíos como el cambio climático o la inestabilidad política.

Para asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos, se requiere implementar controles regulares mediante análisis programados que detecten enfermedades, plagas o toxinas en los insumos antes de su procesamiento. Estos controles deben realizarse de manera sistemática para garantizar que los productos sean seguros antes de ingresar al mercado. Así, la implementación de medidas

rigurosas no solo protege la salud de los consumidores, sino que también fortalece la confianza en los sistemas alimentarios a nivel global. (Jiménez, 2009).

Figura 1: Teorías aplicadas



Elaborado por: Autores

Mercado

La relación de mercado, dado que las economías están ubicadas en un sector, se vuelve dependientes, ya que son un factor importante en el crecimiento o declive de los datos económicos de un país, señala que el flujo de bienes y servicios a través de diferentes regiones y sus mercados los hace pacíficos. Las economías que participan en negocios comunes se denominan economías abiertas. (López, 2018).

A través de la fabricación de un producto, consiguiendo la respectiva venta, es un proceso de estímulo para el productor, debido a esta sucesión se consigue un beneficio, que es de vital importancia enfocarse en la venta de dicho producto, de tal manera que llevarlo hacia el cliente sea un éxito. Para lograr la comercialización es necesario realizar estudios de aquellos factores y que de tal forma nos permita una forma más eficiente de llevar el producto tales como: estrategias, intermediario adecuado y canales de comercialización donde nos aseguren que el consumidor va a preferir el producto entre otras opciones.

Exportación

Las exportaciones son un componente esencial del comercio internacional, permitiendo el intercambio de bienes y servicios entre países para fortalecer relaciones económicas y alcanzar una balanza comercial positiva. En Ecuador, la ampliación de socios estratégicos y la búsqueda de nuevos mercados han sido clave para mejorar la competitividad regional. Según la Aduana del

Ecuador, exportar implica vender o transportar productos al extranjero, una actividad crucial para la generación de divisas y la integración económica global.

Sin embargo, desafíos como las relaciones internacionales tensas pueden limitar el acceso a mercados clave. Por ello, es vital incorporar sostenibilidad en las exportaciones, garantizando calidad e inocuidad, reduciendo impactos ambientales y promoviendo prácticas responsables en toda la cadena de valor. Este enfoque no solo fortalece la posición del país en el comercio global, sino que también asegura un desarrollo económico equilibrado y respetuoso con los recursos naturales y las futuras generaciones.

Producción

La parte productiva de un país es fundamental para llevar a cabo un comercio eficaz y controlado, a su vez, esta autora se refiere que la actividad económica que se ocupa de cambiar los insumos para convertirlos en productos es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para lograr llevar a cabo o construir bienes o servicios y busca saciar una necesidad. (Quiroa, 2020).

La definición a través de la tecnología y la información: La producción es un proceso de transformación (gobernados por los hombres o en cuya interacción poseen interés los hombres) en la que ciertas cosas (mercancías o servicios) se incorporan en un proceso a lo largo del cual pierden su identidad y caduca su anterior forma de ser, mientras tanto que otras cosas (también mercancías o bienes) nacen del proceso. Las primeras se denominan componentes de producción, las segundas productos. (Frisch, 1963).

Según Salah E. Elmaghraby, el proceso de la producción puede describirse como un sistema para cambiar una mezcla de entradas en una o más maneras de salida. Este sistema transformador podría ser bastante sencillo o complejo. Una característica sustancial del proceso es la transformación de las entradas alterando su aspecto físico y construyendo de esta forma una salida de la utilidad más grande. (Elmaghraby, 1966).

Hortalizas congeladas

Se entienden por hortalizas congeladas rápidamente los productos preparados a partir de hortalizas sanas, frescas (a excepción de los guisantes (arvejas) maduros elaborados), congeladas

correspondientes, que hayan alcanzado un grado de madurez adecuado para su elaboración (Codex Alimentarius, 2015).

Cosecha de hortalizas

Cada hortaliza se cosecha de diferente manera, dependiendo de la parte que se quiere consumir (frutos, hojas, flores, tallos o raíces). Para realizar esta labor se recomienda utilizar cuchillos, tijeras u otras herramientas de jardinería. Esto garantizará un corte rápido y eficiente (Fundacion Alternativas).

El momento ideal para cosechar una lechuga crespa es cuando sus hojas se encuentran bastante tupidas entre sí, con un diámetro aproximado de 15 a 20 cm. Para cosechar se puede sacar la planta desde su raíz, cortarla desde su tallo o quitar unas cuantas hojas a la vez. — Tiempo aprox. para la cosecha: 3 meses El momento ideal para cosechar una lechuga repollada es cuando su cabeza está dura y esta no se hunde cuando se presiona con los dedos.

El momento ideal para cosechar el rábano es cuando este alcanza un diámetro mínimo de 3 cm. Para verificar el tamaño, remueve un poco la tierra alrededor del tallo para descubrir el rábano. Si el tamaño aún no es el deseado, vuelve a recubrirlo con tierra. Si el tamaño es el esperado, cosecha sacando la planta entera de la tierra. — Tiempo aprox. para la cosecha: 30 días. El momento ideal para cosechar la zanahoria es cuando esta sobrepase el tamaño de su tallo por al menos 1mm. Para verificar el tamaño, remueve un poco la tierra alrededor del tallo para descubrir la zanahoria.

Procedimiento

Las hortalizas congeladas rápidamente son aquellos productos sometidos a un proceso de congelación con un equipo apropiado que cumpla las condiciones que se estipulan a continuación. Este proceso de congelación deberá efectuarse de tal forma que la temperatura de cristalización máxima se pase rápidamente. El proceso de congelación rápida no deberá considerarse completo hasta que, una vez lograda la estabilización térmica, el centro térmico del producto haya alcanzado, una temperatura de 18° C (0° F). Se autoriza la práctica reconocida de envasar de nuevo los productos congelados rápidamente en condiciones controladas de temperatura (Codex Alimentarius, 2015).

Cadena de valor

Según Porter indica sobre la cadena de valor que está compuesta por las actividades primarias y de soportes, dentro de este apartado indica un proceso de elaboración para llegar a un producto terminado. A su vez, relaciona lo siguiente, las empresas que son exitosamente sostenibles son aquellas que basan sus ventajas competitivas en un conjunto de actividades interrelacionadas, más que en actividades individuales. (Porter, 1984).

Para la realización de la cadena de valor se debe considerar que es un desarrollo estratégico y conlleva un estudio interno moderno de la empresa. El autor Antonio Francés habla sobre la participación y competencia para la ejecución de la cadena de valor, un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto a sus competidores, además de un marco conceptual, para definir acciones tendientes a desarrollar una ventaja competitiva sostenible. (Francés, 2006) .

Figura2: Cadena de valor



Elaborado por: Autores

Producción Hortícola

El panorama global de la producción hortícola sostenible, según la FAO, alcanzó los 898 millones de toneladas en 2020, con un valor de mercado de 1.5 billones de dólares. Se estima que este sector seguirá creciendo en las próximas décadas, impulsado por el aumento de la población y los cambios en los patrones de consumo. La producción sostenible se define como aquella que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, esta implica prácticas agrícolas que protegen el medio ambiente, mejoran las condiciones sociales y económicas de las comunidades rurales y garantizan la viabilidad económica a largo plazo de las empresas agrícolas.

A nivel regional la producción hortícola en América Latina y el Caribe (ALC) juega un papel crucial en la seguridad alimentaria y el desarrollo rural de la región. De acuerdo con la FAO, ALC concentra alrededor del 12% de la producción hortícola mundial, destacando Brasil, México y Colombia como los principales productores. En 2020, la producción hortícola total en ALC alcanzó los 236 millones de toneladas, con un valor de mercado estimado en US\$ 120 mil millones. Brasil, con una producción de 83 millones de toneladas, se posicionó como el mayor productor de la región, seguido de México con 50 millones de toneladas y Colombia con 20 millones de toneladas. En Ecuador el sector hortícola posee un rol crucial en la economía nacional, generando alrededor de 2 millones de empleos directos e indirectos y contribuyendo significativamente a la seguridad alimentaria del país. Sin embargo, el sector también enfrenta desafíos específicos, como la baja productividad, que en Ecuador es inferior a la de otros países de la región, lo que limita la competitividad del sector en el mercado internacional, lo que incide en el acceso a mercados para los pequeños productores que a menudo su rentabilidad se ve encarecida, lo que los obliga a vender sus productos a precios bajos.

Un estudio de la Universidad Central del Ecuador (2018) reveló que el 70% de los suelos agrícolas en la Sierra ecuatoriana presentan niveles de contaminación por agroquímicos por encima de los límites permitidos, respecto al cambio climático representa una amenaza significativa para la producción hortícola en Ecuador a largo plazo, ya que puede afectar la disponibilidad de agua, la frecuencia de eventos climáticos extremos y la distribución de plagas y enfermedades.

La productividad hortícola en Ecuador es inferior a la de otros países de la región, lo que limita la competitividad del sector en el mercado internacional. Otros estudios similares del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2019 revelaron que la productividad hortícola en Ecuador es un 30% menor que la de Colombia y un 50% menor que la de Chile. Los pequeños productores a menudo carecen de acceso a mercados rentables, lo que los obliga a vender sus productos a precios bajos.

Marco metodológico

Determinamos el aspecto del enfoque que se asume que es: Método mixto (cuantitativo y cualitativo). A través de esta sujeción de estudio se espera obtener o destacar las variables importantes, además con la ayuda de herramientas que nos brinde información para la realización de la base de datos.

El objetivo es la elección del método adecuado que nos permita conocer la realidad del sector productor de harina de pescado, la indagación cuantitativa es aquella que recoge y analizan los datos cuantitativos sobre las cambiantes seleccionadas, la colección de datos numéricos nos posibilita medir la frecuencia de un fenómeno y mirar las condiciones reales en la que está. (Fernández, 2002). Dentro del enfoque cuantitativo utilizaremos los métodos que se relacionan con la investigación.

Según el texto guía nos indica que el enfoque cualitativo busca primordialmente la extensión de los datos e información, paralelamente el análisis se basa primordialmente en sí mismo y forma creencias propias sobre el fenómeno estudiado. Y el enfoque cuantitativo pretende medir la información con exactitud de las cambiantes de análisis, se fundamenta en indagaciones previas y además instituye los patrones de comportamiento de una población. (Sampieri, 2014)

Análisis de resultados

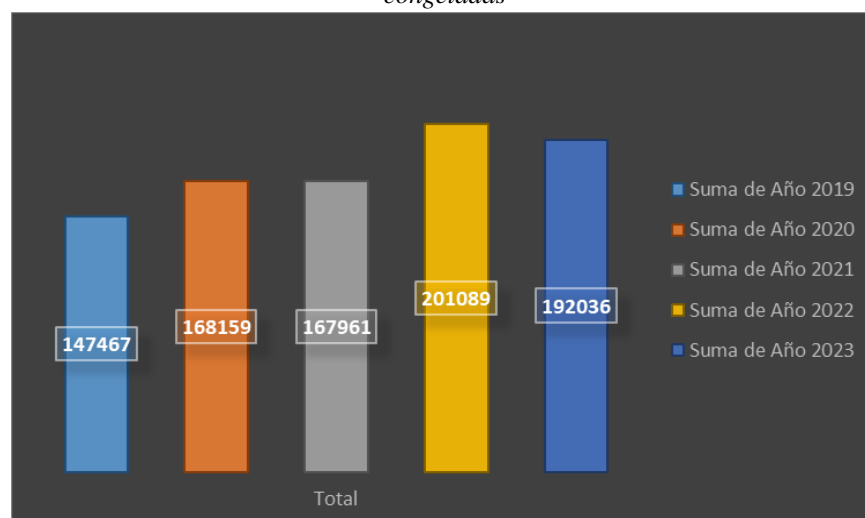
Tabla1: Destinos de exportaciones Producto: 0710 Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas

Países	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Estados Unidos de América	54.204,00	66.715,00	60.918,00	70.277,00	77.189,00
Japón	52.240,00	52.565,00	61.499,00	81.609,00	61.207,00
Canadá	10.855,00	12.510,00	10.367,00	9.782,00	9.685,00
Alemania	10.236,00	12.545,00	12.112,00	16.045,00	16.543,00
Países Bajos	4.245,00	5.601,00	6.041,00	6.262,00	4.435,00
Reino Unido	3.879,00	4.493,00	5.092,00	4.769,00	4.851,00
Bélgica	3.326,00	3.346,00	3.225,00	4.130,00	7.527,00
Rusia, Federación de	2.177,00	1.968,00	1.592,00	974,00	931,00
Taipei Chino	1.318,00	1.567,00	1.312,00	1.393,00	991,00
Finlandia	860,00	945,00	1.389,00	1.327,00	968,00
Suecia	812,00	728,00	998,00	963,00	1.122,00
México	641,00	864,00	463,00	783,00	1.462,00
Dinamarca	452,00	94,00	0,00	0,00	0,00
Francia	421,00	948,00	297,00	269,00	147,00
Israel	411,00	364,00	661,00	524,00	612,00
Trinidad y Tobago	295,00	337,00	401,00	438,00	527,00
Noruega	256,00	471,00	462,00	437,00	754,00
Emiratos Árabes Unidos	251,00	113,00	57,00	284,00	284,00
Argentina	157,00	324,00	497,00	250,00	587,00

España	111,00	164,00	63,00	55,00	713,00
Nueva Zelanda	102,00	25,00	50,00	0,00	0,00
Uruguay	78,00	87,00	20,00	106,00	125,00
Polonia	55,00	54,00	109,00	138,00	28,00
Corea, República de	22,00	89,00	112,00	66,00	90,00
Australia	21,00	10,00	0,00	21,00	350,00
Italia	19,00	0,00	0,00	0,00	0,00
China	17,00	0,00	0,00	0,00	10,00
Hong Kong, China	4,00	0,00	0,00	0,00	49,00
Panamá	2,00	0,00	15,00	3,00	56,00
Chile	0,00	129,00	33,00	42,00	336,00
República Dominicana	0,00	987,00	143,00	142,00	185,00

Fuente: Trade Map

Gráfico 1: Exportaciones Producto: 0710 Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas



Fuente: Trade Map

Tabla2: Precios en los destinos de exportaciones Producto: 0710 Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.

Importadores	Toneladas exportadas 2023	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	107214	1791
Estados Unidos de América	42433	1819
Japón	30233	2025
Alemania	10063	1644
Canadá	5640	1717
Bélgica	5044	1492
Reino Unido	3090	1570

Países Bajos	3243	1368
México	1161	1259
Suecia	709	1583
Taipei Chino	525	1888
Finlandia	586	1652
Rusia, Federación de	853	1091
Noruega	590	1278
España	627	1137
Israel	342	1789
Argentina	558	1052
Trinidad y Tobago	200	2635
Australia	222	1577
Chile	246	1366
Emiratos Árabes Unidos	225	1262
República Dominicana	95	1947
Francia	72	2042
Uruguay	73	1712
Brasil	102	1098
Corea, República de	85	1059
Portugal	60	1283
Panamá	17	3294
Hong Kong, China	30	1633
Irlanda	37	1216
Perú	24	1583
Polonia	21	1333
China	7	1429

Fuente: Trade Map

El análisis de los datos de exportación de hortalizas congeladas de Ecuador en los últimos cinco años muestra tendencias significativas y variaciones en los diferentes mercados internacionales. En 2023, Estados Unidos y Japón se consolidaron como los principales destinos, representando juntos más del 60% del total de exportaciones. Estados Unidos mostró un crecimiento continuo, alcanzando los \$77,189.00 en 2023, lo que representa un aumento del 42.3% respecto al 2019. Japón, a pesar de las fluctuaciones, también se mantiene como un mercado clave, con un notable pico en 2022 que llegó a \$81,609.00, aunque en 2023 descendió a \$61,207.00, indicando la necesidad de estrategias más sólidas para mantener la estabilidad en este mercado.

Los países europeos como Alemania y Bélgica han mostrado un crecimiento significativo en sus importaciones de hortalizas congeladas desde Ecuador. Alemania, con un crecimiento del 61.6%

desde 2019 hasta 2023, y Bélgica, que casi triplicó sus importaciones en el mismo período, reflejan oportunidades robustas para la expansión en Europa. Estos incrementos destacan la importancia de Europa como un mercado emergente y en crecimiento, que debería ser explorado con mayor profundidad mediante la obtención de certificaciones de calidad y la mejora de las relaciones comerciales.

Sin embargo, otros mercados han mostrado desafíos y oportunidades limitadas. Canadá, por ejemplo, ha mostrado una disminución en las exportaciones desde 2020, estabilizándose en torno a los \$9,685.00 en 2023. Este descenso sugiere la necesidad de reevaluar las estrategias de mercado y posiblemente invertir en promoción y marketing para recuperar terreno.

El análisis de los datos de exportación de hortalizas congeladas de Ecuador en los últimos cinco años muestra variaciones en los diferentes mercados internacionales. En 2023, Estados Unidos y Japón se consolidaron como los principales destinos, representando juntos más del 60% del total de exportaciones. Estados Unidos mostró un crecimiento continuo, alcanzando los \$77,189.00 en 2023, lo que representa un aumento del 42.3% respecto al 2019. Japón, a pesar de las fluctuaciones, también se mantiene como un mercado clave, con un notable pico en 2022 que llegó a \$81,609.00, aunque en 2023 descendió a \$61,207.00, indicando la necesidad de estrategias más sólidas para mantener la estabilidad en este mercado.

Los países europeos como Alemania y Bélgica han mostrado un crecimiento significativo en sus importaciones de hortalizas congeladas desde Ecuador. Alemania, con un crecimiento del 61.6% desde 2019 hasta 2023, y Bélgica, que casi triplicó sus importaciones en el mismo período, reflejan oportunidades robustas para la expansión en Europa.

La Tabla 2 complementa este análisis al mostrar que Estados Unidos y Japón no solo son los mayores importadores en términos de valor, sino también en volumen, con 42,433 y 30,233 toneladas respectivamente en 2023. Sin embargo, el valor unitario más alto se observa en mercados como Francia (\$2042 por unidad) y Trinidad y Tobago (\$2635 por unidad), lo que sugiere que estos mercados valoran más las hortalizas congeladas de alta calidad y podrían ofrecer márgenes de beneficio más altos. Esto subraya la importancia de diversificar y personalizar las estrategias de exportación para maximizar tanto el volumen como el valor, ajustándose a las preferencias y demandas específicas de cada mercado.

embargo, el valor unitario más alto se observa en mercados como Francia (\$2042 por unidad) y Trinidad y Tobago (\$2635 por unidad), lo que sugiere que estos mercados valoran más las hortalizas congeladas de alta calidad y podrían ofrecer márgenes de beneficio más altos. Esto subraya la importancia de diversificar y personalizar las estrategias de exportación para maximizar tanto el volumen como el valor, ajustándose a las preferencias y demandas específicas de cada mercado.

A partir del análisis de los datos de exportación de hortalizas congeladas de Ecuador, se pueden identificar varias estrategias clave para mejorar la producción, posicionamiento y exportación de frutas frescas y hortalizas. Estas estrategias son esenciales para aprovechar las oportunidades comerciales y enfrentar los desafíos que se presentan en los mercados internacionales.

Para aportar con el crecimiento de la participación de la exportación de hortalizas se plantean las siguientes estrategias:

Diversificación de mercado

El análisis muestra que Estados Unidos y Japón representan más del 60% de las exportaciones totales de hortalizas congeladas, lo que indica una alta dependencia de estos mercados. Para reducir el riesgo asociado con esta dependencia, es crucial diversificar los destinos de exportación. Países europeos como Alemania y Bélgica han mostrado un crecimiento significativo en sus importaciones y representan mercados emergentes con alto potencial. Además, mercados menores como Suecia, México e Israel, aunque actualmente representan una fracción del total, ofrecen oportunidades de crecimiento que deben ser exploradas mediante estudios de mercado detallados y estrategias de entrada específicas.

Uso de herramientas tecnológicas

Una de las herramientas que es posible utilizar es la aplicación de drones de fumigación agrícola, lo cual permitirá fumigar los cultivos con mayor eficiencia reduciendo costos y optimizando la producción. La adopción de tecnologías avanzadas en la producción y post-cosecha es crucial para mejorar la eficiencia y la calidad de los productos. Sistemas de refrigeración avanzada, control de calidad automatizado y embalaje inteligente pueden ayudar a mantener la frescura de los productos y reducir el desperdicio. Invertir en tecnología no solo optimiza los procesos internos, sino que

también hace que los productos sean más competitivos en el mercado internacional, especialmente en mercados que valoran la alta calidad, como Francia y Trinidad y Tobago.

Alianzas y Relaciones Comerciales

Fortalecer las relaciones comerciales existentes y formar nuevas alianzas estratégicas con distribuidores y minoristas internacionales es fundamental. Estas alianzas pueden facilitar el acceso a nuevos mercados y asegurar una distribución más amplia y eficiente. Trabajar con socios comerciales que tengan un buen conocimiento de los mercados locales puede ayudar a superar barreras culturales y normativas, lo que es crucial para asegurar la eficiencia en la distribución y aumentar la penetración de mercado.

En conclusión, mientras que Estados Unidos y Japón continúan siendo mercados vitales para las exportaciones de hortalizas congeladas de Ecuador, hay un potencial significativo en mercados europeos y emergentes. Un enfoque multifacético que incluya diversificación de mercado, mejora de la calidad, promoción intensiva y fortalecimiento de relaciones comerciales es esencial para asegurar un crecimiento sostenible y expansivo en el futuro. La adaptación a las necesidades específicas de cada mercado y la inversión en tecnologías avanzadas y certificaciones serán claves para mantener y aumentar la competitividad de Ecuador en el escenario global. Con estrategias bien desarrolladas, Ecuador puede no solo mantener su posición en los mercados actuales, sino también explorar y consolidarse en nuevos mercados, asegurando un crecimiento sostenible a largo plazo.

Conclusiones

El análisis de las exportaciones de hortalizas congeladas desde Ecuador revela una alta concentración en los mercados de Estados Unidos y Japón, que representan más del 60% del total de exportaciones. Este fenómeno sugiere una dependencia significativa de estos mercados, lo cual conlleva riesgos asociados a fluctuaciones en la demanda o cambios en las políticas comerciales. La estrategia óptima para mitigar estos riesgos consiste en diversificar los destinos de exportación, fomentando la penetración en mercados europeos y emergentes que han mostrado un crecimiento en sus importaciones.

Alemania y Bélgica han demostrado ser mercados prometedores con un crecimiento notable en sus importaciones de hortalizas congeladas desde Ecuador. Alemania aumentó sus importaciones en

un 61.6% desde 2019 hasta 2023, mientras que Bélgica casi triplicó sus cifras en el mismo período. Estos incrementos subrayan la relevancia de Europa como un mercado emergente, y sugieren que, con la obtención de certificaciones de calidad y sostenibilidad, junto con la mejora de las relaciones comerciales, Ecuador puede consolidar y expandir su presencia en este continente.

La disminución en las exportaciones a Canadá, que se estabilizó en torno a los \$9,685 en 2023, indica la necesidad de reevaluar las estrategias de mercado.

El análisis detallado de la exportación por toneladas complementa esta visión al mostrar no solo los mayores importadores en términos de valor, sino también en volumen. Estados Unidos y Japón lideran en ambos aspectos, pero es interesante observar que el valor unitario más alto se encuentra en mercados como Francia y Trinidad y Tobago, lo que sugiere la oportunidad de maximizar márgenes de beneficio en estos destinos que valoran la alta calidad. Esto destaca la importancia de diversificar y personalizar las estrategias de exportación, adaptándose a las preferencias y demandas específicas de cada mercado para optimizar tanto el volumen como el valor de las exportaciones.

Las estrategias propuestas, incluyendo la diversificación de mercados, obtención de certificaciones de calidad, adopción de tecnologías avanzadas, promoción internacional y fortalecimiento de alianzas comerciales, forman un enfoque integral y multifacético. Estas estrategias permitirán a Ecuador no solo mantener su posición actual en los principales mercados, sino también explorar y consolidar su presencia en nuevos mercados, asegurando un crecimiento sostenible y expansivo a largo plazo.

La exportación de productos hortícolas demanda una transformación hacia prácticas sostenibles a lo largo de toda la cadena de valor. La diversificación de mercados globales exige una propuesta de valor diferenciada, donde la sostenibilidad se erige como un atributo esencial. De ahí la importancia de conocer las oportunidades respecto a estrategia de precios e ingresos a nuevos mercados o desarrollar los existentes. Los productores hortofrutícolas deben optimizar sus sistemas de producción mediante el aprovechamiento de la estacionalidad, la adopción de tecnologías limpias y la implementación de prácticas agroecológicas. Además, la competitividad en mercados exigentes se ve incrementada por la promoción de las exportaciones a través de ferias especializadas y el fortalecimiento de las marcas regionales. En este contexto, las políticas públicas desempeñan un papel crucial al establecer marcos regulatorios que incentiven la producción

sostenible y faciliten el acceso a mercados internacionales, contribuyendo así al desarrollo económico y social de las regiones productoras.

Referencias

1. Arocena, J. (1995). El desarrollo local: un desafío contemporáneo. Uruguay: Centro Latinoamericano de Economía Humana, Universidad Católica de Uruguay.
2. Boisier, S. (2010). Desarrollo local: ¿De qué estamos hablando? Argentina: Homo Sapiens.
3. Chulde, G. (2002). Revista Economía . Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/ECONOMIA/article/view/4844/5994>
4. Codex Alimentarius. (2015). Codex Alimentarius. Obtenido de file:///C:/Users/user/Downloads/CXS_320s_2015.pdf
5. Cruz. (2003). El Desarrollo sostenible: Perspectivas y enfoques en una nueva época. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0864-03942007000200001
6. Dornbusch, R. (2014). Macroeconomics (Vol. 27). Europa: McGraw-Hill Higher Education. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/46184/TFG-E-1095.pdf?sequence=1>
7. Elmaghraby, S. E. (1966). The design of production systems. New York: Reinhold.
8. FAO. (1996). Programa Especial para la Seguridad Alimentaria (PESA) Centroamérica. Obtenido de <https://www.fao.org/in-action/pesa-centroamerica/temas/conceptos-basicos/es/>
9. Fernández, P. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. España: Cad Aten Primaria . Obtenido de <https://www.studocu.com/es/document/universidad-de-la-laguna/fundamentos-de-metodologia-ii/fernandez-p-y-pertegas-diaz-s-2002-investigacion-cuantitativa-y-cualitativa/13824701>
10. Francés, A. (2006). Estrategia y Planes para la Empresa con el Cuadro de Mando Integral. México: Pearson.
11. Frisch, R. (1963). Las leyes técnicas y económicas de la producción. Barcelona: Sagitario.
12. Fundacion Alternativas. (s.f.). Fundación Alternativas. Obtenido de https://alternativascc.org/wp-content/uploads/2018/05/cosecha-y-postcosecha_web-1.pdf

13. Jiménez, E. (Abril de 2009). Métodos de Control de Plagas. Obtenido de <https://cenida.una.edu.ni/relectronicos/RENH10J61me.pdf>
14. Jiménez, H. L. (2011). Principios básicos del desarrollo. Obtenido de <https://hemerotecate.fe.ccoo.es/assets/20031049.pdf>
15. López, J. (08 de Diciembre de 2018). Comercio internacional. Obtenido de <https://fcf.unse.edu.ar/archivos/series-didacticas/SD-Elementos-de-economia-SARMIENTO-CARDONA-SANCHEZ-GARCIA.pdf>
16. Porter, M. (1984). La Ventaja Competitiva. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
17. Quiroa, M. (12 de Enero de 2020). Producción. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20es%20la%20actividad,utilizados%20para%20satisfacer%20una%20necesidad.>
18. Ricardo, D. (2012). EL MODELO RICARDIANO DE VENTAJA COMPARATIVA Y EL COMERCIO CONTEMPORÁNEO. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87025385007.pdf>
19. Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
20. Zambrano, A. (2021). Universidad Politecnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20393/1/UPS-MSQ149.pdf>