



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TÍTULO:
ESTUDIO DE LA EXPORTACIÓN DE LA CARNE DE JAIBA A
FRANCIA**

**AUTORA:
JACQUELINE ANDREA MARTILLO SORIA**

**TUTOR:
Ing. Rolando Farfán Vera, Mgs**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Jacqueline Andrea Martillo Soria, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR

Ing. Rolando Farfán Vera, Mgs.

REVISORES

Eco. David Coello Cazar

Ab. Amasilia Ycaza de Emén

DIRECTORA DE LA CARRERA

Econ. María Teresa Alcívar Avilés, Mgs.

Guayaquil, 25 de agosto del 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Jacqueline Andrea Martillo Soria**,
DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **ESTUDIO DE LA EXPORTACIÓN DE LA CARNE DE JAIBA A FRANCIA** previo a la obtención del Título **de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 25 de agosto del 2014.

LA AUTORA

Jacqueline Andrea Martillo Soria



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

AUTORIZACIÓN

Yo, **Jacqueline Andrea Martillo Soria**,

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **ESTUDIO DE LA EXPORTACIÓN DE LA CARNE DE JAIBA A FRANCIA**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 25 de agosto del 2014

LA AUTORA

Jacqueline Andrea Martillo Soria

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fuerza para seguir adelante y superar todos los obstáculos que se pusieron en mi camino hasta llegar a una de mis metas más anheladas.

A mi madre, que ha sido una muestra de amor y apoyo incondicional para no desfallecer en las dificultades dándome sus sabios consejos.

A mi padre por el apoyo económico y emocional a lo largo de estos años, dejándome uno de los mejores legados de la vida, la educación y los valores.

A mi hermana Cristina, muchas gracias por el apoyo incondicional que me ha brindado durante todos estos años, enseñándome que me tenía que esforzar para alcanzar mis objetivos, y dándome una mano amiga cada vez que la necesité.

A mis amigas y compañeras, Mary, Karen, Génesis y José gracias por ser mis compañeras de batallas en clases y fuera de ellas.

A mi querido amigo Alfonso Kuffó, que fue una fuente importante en el desarrollo de este proyecto; muchas gracias por sus directrices brindadas.

Al Ing. Rolando Farfán, director de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento en la realización de la misma.

Jacqueline Andrea Martillo Soria

DEDICATORIA

A Dios, mi verdadera fuente de amor, fe y sabiduría.

A mi madre, que me ha enseñado a sobrellevar las cosas con amor y paciencia, en un camino hacia la meta donde se necesita la fortaleza y la lealtad hacia mis convicciones y coraje para derribar miedos.

A mi padre, que me enseñó el compromiso y la responsabilidad de mis obligaciones, dejándome la gran herencia del conocimiento por medio de mis estudios.

A mis hermanos Cristina, Cecilia y José, incondicionales, que siempre me motivaron a buscar nuevas metas y a no dejarme caer en el camino, siendo siempre un soporte en mi vida.

A mis bellos sobrinos Abel, Dolménica y Mateo que solo me regalan sonrisas e iluminan mi vida.

Jacqueline Andrea Martillo Soria

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Rolando Farfán Vera, Mgs.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

PROFESOR DELEGADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

**Ing. Rolando Farfán Vera, Mgs.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

Índice General

Índice General	ix
Índice de Ilustraciones	xiii
Índice de Gráficos.....	xiv
Índice de Tablas	xv
Resumen	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción	1
Capítulo I	3
Generalidades de la Investigación.....	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Justificación del tema	7
1.3. Delimitación del tema	8
1.4. Hipótesis.....	8
1.5. Objetivo general.....	8
1.6. Objetivos específicos.....	8
Capítulo II	9
Marco Referencial.....	9
2.1. Marco Teórico.....	9
2.2. Metodología	13
2.3. Tipo de investigación	13
2.4. Enfoques de la investigación	14
Capítulo III	16
Producción de la pulpa de jaiba en el Ecuador.....	16

3.1.	Antecedentes de la producción de la jaiba a nivel mundial	16
3.2.	La jaiba en el Ecuador	18
3.3.	Principales provincias productoras del país.....	20
3.4.	Empresas dedicadas a la venta de pulpa de jaiba.....	21
3.5.	Proceso productivo de la pulpa de jaiba cocida.....	23
3.6.	Principales destinos de la jaiba.....	25
3.7.	Volúmenes de producción de crustáceos en el Ecuador según la FAO	26
3.8.	Producción de la pulpa de jaiba en kilogramos por cada organización pesquera 2012	27
3.9.	Programas de financiamiento	30
3.10.	Análisis PEST del sector jaibero en el Ecuador.....	34
3.11.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	41
	Capítulo IV	45
	Requerimientos para la exportación	45
4.1.	Exigencias para el acceso al mercado francés	45
4.2.	Requisitos para la salida de la pulpa de jaiba en Ecuador.....	47
4.3.	Contratación de exportación	47
4.4.	Condiciones de compra	47
4.5.	Condiciones de pago	48
4.6.	Elaboración y aprobación del formato único de exportación (FUE)	48
4.7.	Elaboración y aprobación del certificado de origen.....	49

4.8. Elaboración y aprobación de la declaración aduanera única (DAU)	49
.....	49
4.9. Certificados fitosanitarios.....	49
4.10. Justificación de divisas	50
4.11. Envases y etiquetado para la exportación del producto.....	50
Capítulo V	55
Análisis del mercado de destino y su demanda.....	55
5.1. Relaciones comerciales con Francia	55
5.2. Aranceles de Francia	57
5.3. Importaciones francesas de jaiba	62
5.4. Importadores de Francia.....	65
5.5. Formas de consumo de la jaiba.....	66
5.6. Potenciales compradores	67
5.7. Estrategias para entrar al mercado francés	68
5.8. Estrategias para fidelizar el mercado.....	68
5.9. Características del empresario francés.....	69
5.10. Estrategias de negociación.....	69
Capítulo VI.....	71
Proceso de exportación y costos	71
6.1. Procedimientos de exportaciones.....	71
6.2. La logística de la exportación.	74
6.3. Principales canales de distribución.....	75
6.4. Precios.....	77
6.5. Modalidades de transporte de Ecuador a Francia	77

6.6. Costo de Exportación.....	80
Conclusiones	82
Recomendaciones	84
Bibliografía.....	85
Anexos	

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Jaiba azul	4
Ilustración 2: Jaiba verde.....	4
Ilustración 3: Provincias productoras de Jaiba	21
Ilustración 4: Ubicación de las empresas en el mapa de la ciudad de Guayaquil y Durán	22
Ilustración 5. Cocido industrial de la jaiba	24
Ilustración 6. Mesas de extracción de pulpa de jaiba	24
Ilustración 7. Proceso del cocido de la pulpa de jaiba	25
Ilustración 8: Promoción de Crédito del Banco Nacional de Fomento....	34
Ilustración 9: Especificaciones del Etiquetado.....	51
Ilustración 10: Envase de Pulpa de Jaiba.....	53
Ilustración 11: Norma Francesa	54
Ilustración 12: Principales Supermercados en Francia	76
Ilustración 13: Ruta aérea	79

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Oferta de Jaiba a nivel Mundial.....	17
Gráfico 2: Destinos de exportaciones de jaiba	26
Gráfico 3: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo	35
Gráfico 4: Inflación anual del Ecuador.....	36
Gráfico 5: Balanza Comercial de Francia.....	55
Gráfico 6: Productos exportados por Francia al mundo 2013	56
Gráfico 7: Principales productos exportados por Ecuador a Francia.....	62
Gráfico 8. Importaciones de jaiba por Francia por tonelada	64
Gráfico 9: Pasos de exportaciones.....	71
Gráfico 10: Cadena de distribución	75
Gráfico 11: Canales de distribución.....	76

Índice de Tablas

Tabla 1. Principales comprados por producto (2013).....	12
Tabla 2: Empresas exportadoras de jaiba ubicadas en el Cantón Guayas	21
Tabla 3: Producción en kilogramos de Crustáceos en Ecuador	27
Tabla 4: Producción de pulpa de jaiba n kilogramos en el Ecuador (2012)	28
Tabla 5: Producción de pulpa de Jaiba en el Ecuador (2013)	29
Tabla 6: Línea de Crédito	31
Tabla 7: Línea de Crédito hasta US\$ 20.000,00	32
Tabla 8: Financiación del Programa de Acuicultura Marina	33
Tabla 9: Tipos de envases	53
Tabla 10: Arancel cobrado por Francia a los productos exportados por Ecuador.....	58
Tabla 11: Tarifa arancelaria de la jaiba por la UE	59
Tabla 12: Productos exportados del Ecuador a Francia.....	59
Tabla 13: Productos potenciales para el mercado Francés.....	61
Tabla 14: Carne de jaiba congelada.....	63
Tabla 15: Importaciones de jaiba de Francia (Anual FOB USD)	64
Tabla 16: Importadores de jaiba en Francia	65
Tabla 17: Tendencias de consumo	67
Tabla 18: Precios referenciales de diferentes tipos de especies de jaiba.	77
Tabla 19. Costos de documentos para la exportación	80
Tabla 20. Tarifas vigentes de certificado electrónico (ECUAPASS)	80
Tabla 21. Tabla de honorarios mínimos de exportación.....	81
Tabla 22. Tarifa de flete aéreo de KLM cargo	81

Resumen

El tener la demanda de productos alimenticios por parte de los países europeos, en especial de Francia, garantiza la comercialización; pero a la vez requiere que las personas que desean involucrarse en su exportación tengan un conocimiento preciso, sobre todo en el caso de las especies marinas, como los cangrejos y jaibas.

La jaiba en el Ecuador no es producida de manera tecnificada o industrializada sino de forma manual. La comercialización de la jaiba se da mayormente en la época de vedas del cangrejo que establecen las instituciones de regulaciones acuícolas. Estas vedas se establecen dos veces al año en la actualidad, y la comercialización o venta al extranjero de la pulpa de jaiba no es de forma constante ni todo el año, se lo hace de manera esporádica, según lo informan las instituciones gubernamentales como: el Banco Central del Ecuador y PROECUADOR. El objetivo planteado en este trabajo fue el de analizar la factibilidad de la exportación de pulpa de jaiba a Francia, donde existe un alto consumo de crustáceos.

“La carne de jaiba tiene una gran aceptación en los mercados de mariscos franceses; existe una demanda aproximada de más de 82 toneladas (180778,92 lb) mensuales”, según ProChile (2013). Es importante establecer planes para la producción de este producto, ya que goza de gran aceptación en los mercados europeos, especialmente en el mercado francés que tiene una gran diversidad gastronómica.

Palabras Claves: Jaiba, factibilidad, comercialización, Francia, exportación.

Abstract

Having the food demand by European countries, especially France, guaranteed marketing; but also requires that persons wishing to engage in export have accurate knowledge, especially in the case of marine species such as crabs and crabs.

The crab in Ecuador is not produced or industrialized tech way but the made manually. The commercialization of this crab gives it mostly when the red crab is prohibit to eat and sale which by aquaculture institutions which established regulations. Actually these closures are set twice a year at present, and marketing and sales abroad of crabmeat is not consistently or all year round, it is done sporadically, as reported by government institutions as: Banco Central del Ecuador and PROECUADOR. The stated goal in this report was to analyze the feasibility of exporting pulp crab to France, where there is a high consumption of shellfish.

"The crab meat is widely accepted in French seafood markets; there is an estimated demand of more than 82 tons (180,778.92 pounds) per month", according to ProChile (2013). It is important to establish plans for production of this product which is widely accepted in European markets, especially in the French market that has a great gastronomic diversity.

Keywords: crabmeat, feasibility, marketing, France, exportation.

Introducción

Cada día se ve en el consumo de productos alimenticios, que especies en ciertas circunstancias no son consumidas en la misma zona o país, pero en otros países son productos de una mayor demanda. De tal manera, se convierten en excelentes negocios y oportunidades para comercializar productos a partir de la agro industrialización en pequeña escala, donde productores y exportadores se relacionan para así mejorar sus economías (ProChile, 2012).

Ecuador se ha especializado en la exportación de productos primarios, en su gran mayoría agrícola, pecuaria y acuícola. Entre los productos que se comercializan en el exterior están pulpa de fruta, carnes y filetes de pescado (tilapia, chame) y de crustáceos (como cangrejo y jaiba). Los crustáceos son especies que se capturan de sus hábitats o provienen de cultivos tecnificados, pero en el caso del cangrejo y la jaiba estos últimos no existen grandes cantidades, por lo cual la mayor parte viene de la captura natural.

En el estudio que se presenta se visualiza la información obtenida de diversas instituciones afines a la comercialización, negociación, exportación y producción establecida por empresas comercializadoras de carne / pulpa de jaiba, que se exporta desde el Ecuador.

La investigación de exportación de pulpa de jaiba a Francia está dividida en seis capítulos. Estos capítulos comprenden: los antecedentes, el marco teórico, la oferta exportable de pulpa de jaiba a Francia, los requerimientos del mercado europeo, análisis del mercado destino y su demanda, y finalizado por el proceso y los costos de exportación de la pulpa de jaiba.

En la oferta exportable de la pulpa de jaiba se determina la capacidad de producción del Ecuador con respecto a este crustáceo, las provincias

productoras, quienes son los productores, el proceso de cocido de la pulpa de jaiba y las compañías dedicadas a este proceso.

Los requerimientos del mercado europeo comprenden los certificados necesarios para la exportación de la pulpa de jaiba a Francia, el envasado y el etiquetado.

En el análisis del mercado francés se muestra los productos que exporta e importa ese país, los importadores de pulpa de jaiba, los clientes potenciales de este producto y la cantidad demandada de pulpa de jaiba en toneladas y en dólares.

Finalmente en el último capítulo está el proceso de exportación, el medio de transporte más indicado para el envío de pulpa de jaiba y los costos que se incurre para la exportación de este producto.

Capítulo I

Generalidades de la Investigación

1.1. Antecedentes

Las jaibas son crustáceos que pertenecen al grupo llamado callinectes. Estos crustáceos son habitantes de agua dulce y salada que cuentan con dos pares de pinzas delanteras que sirven para poder defenderse y alimentarse de otras especies. Entre sus habilidades está el de caminar lateralmente y su destreza para nadar a diferencia del cangrejo rojo. Con respecto a estándares técnicos, la extracción de la pulpa de jaiba se lo realiza de manera manual, ya que el Ecuador no cuenta con la tecnología suficiente para extraer su carne por medio de maquinaria. En la industria alimenticia la jaiba es distinguida por los valores nutricionales que esta tiene, cuenta con proteínas, vitaminas y minerales (Montoya, 2014).

En el Ecuador hay dos tipos de jaiba, estas son la jaiba verde y la jaiba azul. El rendimiento de la pulpa de jaiba azul y verde es del 14% más que el resto de los crustáceos. Son una fuente importante de materia prima, optimiza la explotación a los diferentes mercados internacionales.

El nombre científico de la jaiba azul es *Callinectes Toxotes Ordway*, a nivel internacional también es conocida como *gigant crab* o *swimming crab*. En el Ecuador se encuentran mayormente en las zonas costeras de Esmeraldas y Puerto Bolívar. La captura de la jaiba se lo hace de manera artesanal por medio de trasmallo de fondo o de redes metálicas con trampas. Este crustáceo tiene un caparazón convexo y ancho que tiene un promedio de 15 cm de espesor (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009, pág. 25).

Ilustración 1: Jaiba azul



Fuente y elaboración: Instituto Nacional de pesca

La diferencia entre la jaiba azul y verde mayormente es el tamaño, por lo que el caparazón de esta última es de 9 cm de ancho, ya que estas dos tienen características que son muy similares. El nombre científico de la jaiba verde es *Callinectes Arcuatus Ordway* o también reconocida como *swimming crab* (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009, pág. 25).

Ilustración 2: Jaiba verde



Fuente: Instituto Nacional de pesca

La jaiba cuenta con diez patas (pleópodos) y todo su cuerpo tiene una coraza de color verde llamado exoesqueleto. Este crustáceo decápodo en los machos presenta un color gris-azulado, mientras que en las hembras las puntas de sus patas son de un color rojizo-anaranjado. La jaiba se alimenta de varias especies vivas que se encuentran activas y voraces; tales como: decápodos de agua fría, peces, diferentes tipos de moluscos y algas.

El hábitat para reproducirse este crustáceo es en las zonas costeras tropicales y templadas en las épocas de verano y primavera. La temperatura de los ríos, esteros y desembocaduras deben ir de 18 a 23 °C, mientras que en las playas entre depresiones de 0,40 y 2 metros. La reproducción es de ovípara, pueden llegar a poner desde 700000 a 2 millones de huevos según la fecundidad de una hembra. La jaiba puede vivir entre 3 y 8 años (Milliken & Williams, 2004).

El proceso productivo de la jaiba se puede dividir de dos maneras: jaibas congeladas o partes de jaibas congeladas y la pulpa de jaiba (*crabmeat*) aptos para el consumo (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

La jaiba forma parte del grupo alimenticio de los mariscos, apreciado por la fuente de nutrientes que ofrece a las personas. Cuenta con proteínas, que son abundantes en los mariscos, lo que es beneficioso para el ser humano, ya que ayudan a formar y regenerar los tejidos de los órganos, en cuanto a las hormonas hace que generen sustancias químicas para mantener la conexión entre los sistemas corporales, mandando el correcto mensaje al sistema nervioso. De hecho, la jaiba se puede convertir en un potencial sustituto de carnes rojas en la dieta de cualquier ser humano, (Montoya, 2014).

La jaiba contiene vitaminas tales como: A, E y D, pero mayormente se encuentra las del complejo B, que es buena para la digestión, para regenerar tejidos, y para que el sistema nervioso comunique correctamente los mensajes. La carne de jaiba cuenta con altos niveles de Yodo y Zinc. El Yodo es beneficioso para el metabolismo, regulando el nivel de energía y el correcto funcionamiento de las células. El Yodo también ayuda a fortalecer el cabello, la piel y las uñas. El Zinc facilita al organismo la asimilación y el almacenamiento de la insulina. El Zinc que contiene este alimento, contribuye a la madurez sexual y ayuda en el proceso de crecimiento, además de ser beneficioso para el sistema inmunitario y la cicatrización de heridas (Naturesan, 2013).

Los desechos provenientes del camarón y varios crustáceos como la jaiba, langosta y calamar se los puede aprovechar dándole un nuevo uso: su conversión en lactato de calcio¹. Este compuesto es una sal de alto valor que tiene múltiples aplicaciones en las industrias de alimentos y de productos farmacéuticos.

En el caso del sector alimenticio, el lactato de calcio se emplea como conservante, para prevenir el crecimiento de hongos y levaduras. También se lo utiliza para mejorar la textura de algunas frutas y como aditivo en algunos alimentos sin azúcar, para remineralizar los dientes y prevenir su caída (Murias, 2014).

En el sector farmacéutico, se usa para fabricar suplementos dietéticos de calcio. La doctora en biología Maribel Plascencia Jatomea, explica que los desechos de crustáceos están constituidos principalmente por proteínas, quitina, pigmentos carotenoides, lípidos y calcio.

La jaiba no es producida de forma técnica en grandes cantidades en el Ecuador, y lo que se comercializa es a partir de la captura artesanal. La demanda de este producto en Francia es muy alta, lo cual genera que sea adquirida de otros países y, sobre todo, de los que están más cerca de Europa, como México, donde la producción es con tecnología y especialmente está al lado del Atlántico, sin embargo, la transportación del producto se realiza vía aérea. La información sobre la exportación de carne o pulpa de jaiba hacia Francia es limitada, y no indica la relación entre la demanda y la oferta del producto desde el Ecuador, por consiguiente establecerla es el objetivo principal del trabajo.

¹ El lactato de calcio es una sal de calcio que suele utilizarse como conservante natural en la industria alimentaria. (Quiminet, 2014)

En el mercado extranjero es considerado como un producto de alta calidad. Las exportaciones de la pulpa de este crustáceo han sido esporádicas en estos últimos años, a pesar de ser conocido en diferentes mercados internacionales como el estadounidense, el español y el francés.

El estudio de mercado se va a desarrollar bajo los siguientes parámetros:

- ✓ Geografía: establecer el entorno geográfico del país de destino.
- ✓ Estadística: saber las cantidades de exportación e importación y el nivel de consumo del producto.
- ✓ Logística: conocer los envases, embalaje y las cadenas de distribución.
- ✓ Requerimientos legales: requisitos que se necesitan para exportar el producto.

1.2. Justificación del tema

En la actualidad, la mejor forma de que el país y las empresas privadas obtengan más ingresos es a través de la exportación de los diversos productos con los que cuenta, sean estos agrícolas, pecuarios; entre ellos están los mariscos y materiales diversos; con la finalidad de obtener rentabilidad del medio económico y de los recursos del país y de la productividad de las zonas. Para lo cual se debe determinar los diversos procesos de exportación de los volúmenes de carne / pulpa de jaiba, y así potencializar el producto a raíz del estudio del comercio francés.

El tema de la exportación de pulpa de jaiba a Francia sigue los lineamientos de investigación propuesta por el Sumak Kawsay, SENEKYT, UCSG, FEE y la CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS.

1.3. Delimitación del tema

El enfoque del tema de la investigación será solo a nivel de estudios de producción y distribución del producto hacia el mercado Francés. Es decir está delimitado en la información sobre asuntos financieros, comercialización en el volumen de la carne / pulpa de jaiba, los valores de demanda, normalización del producto a Francia actualmente, con el análisis de perspectivas a futuro inmediato.

1.4. Hipótesis

La pulpa de jaiba tiene una alta demanda en el mercado francés y existe oferta exportable en el Ecuador.

1.5. Objetivo general

Analizar la factibilidad de la exportación de carne de jaiba desde el Ecuador hacia el mercado francés.

1.6. Objetivos específicos

Los objetivos específicos que se esperan conseguir mediante esta investigación, son:

- ✓ Establecer la producción de pulpa de jaiba en el Ecuador
- ✓ Determinar las normas, requerimientos y especificaciones del producto que debe cumplir en el mercado europeo.
- ✓ Analizar el mercado francés y su demanda
- ✓ Determinar el proceso y los costos de exportación

Capítulo II

Marco Referencial

2.1. Marco Teórico

En el marco teórico de esta investigación se van a tratar las principales teorías clásicas del comercio internacional como las que expone Adam Smith, David Ricardo y Stuart Mill, a finales del siglo XVIII y a principios del siglo XIX. Smith presenta primero la teoría de la ventaja absoluta y posteriormente David Ricardo la ventaja comparativa y complementada por la teoría de la demanda recíproca.

Adam Smith dice “Cuando un país extranjero nos puede ofrecer una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros, será mejor comprarla que producirla, dando por ella el producto de nuestra propia actividad económica, empleada en aquellos sectores en que saquemos ventaja al extranjero” (Torres Gaytan, 2005, pág. 67).

En cambio David Ricardo ya habla de la eficiencia del intercambio de dos productos dando paso a la ventaja comparativa. Ricardo atribuye “El valor de los bienes a la cantidad de trabajo que incorporan y considera que la productividad del trabajo difiere al utilizarse distintas técnicas de producción. Luego, la causa del intercambio comercial internacional debe encontrarse en la diferencia de la productividad del trabajo en los diferentes países” (Torres Gaytan, 2005, pág. 98).

Estas dos teorías del comercio internacional muestran los beneficios del libre comercio. Mientras Smith trata de explicar que la especialización permite tener ventaja absoluta en la producción de un bien y con ello exportar e importar lo que producen otros países ventajosamente. Pero Ricardo se plantea y ¿Si un país no tuviera la ventaja absoluta en ningún bien? La teoría de la ventaja

comparativa establece que aunque un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de los bienes con respecto a otro país, si los costos son relativos, el intercambio es posible y mutuamente beneficioso para ambos países.

La tercera teoría clásica del comercio internacional es la de la demanda recíproca elaborada por Stuart Mill (1873). Este acepta la teoría de David Ricardo y la complementa con la ley de la oferta y la demanda. Mill dice “la relación real de intercambio que se establezca será aquella que iguale la oferta de exportación de cada país con la demanda de importación del otro” (Torres Gaytan, 2005, pág. 112).

Todas estas teorías clásicas del comercio internacional hablan de una libre comercialización, donde un país puede satisfacer las necesidades de otro. Es decir si no hubiera comercio internacional, un país o una nación tendría que producir todos los bienes ella misma para satisfacer la demanda. Las decisiones de producción que el país tendría serían las mismas que sus decisiones de consumo, basado solo en los recursos y tecnologías que estén al alcance de la nación. El intercambio internacional es beneficioso porque aumenta la producción y consumo de cada país. E incorporando la última teórica clásica de Stuart Mill, sostiene que el éxito de un país reside en mantener un superávit en las exportaciones sobre las importaciones.

En la investigación se utilizará la teoría de el análisis estructural de la industria de Michael Porter (1990). Está teoría se refiere a que la estrategia competitiva debe basarse en el entendimiento de la industria para determinar la rentabilidad. La estructura de la industria está constituida por las siguiente fuerzas competitivas: las amenazas de nuevos competidores, rivalidad entre los competidores, poder de los proveedores, poder de los consumidores y productos sustitutos (Emprende Pymes, 2013).

Por medio de estas cinco fuerzas competitivas se determinan los precios, los costos y la inversión que se necesita para competir dentro de una industria. Es decir, se permite obtener un mejor análisis del entorno de la industria que se está analizando, para poder idear estrategias que permitan obtener ventajas de las oportunidades que se presentan y estar preparados ante las amenazas que presente la industria.

La ventaja de esta teoría menciona las relaciones comerciales con el bloque económico, poniendo en manifiesto la necesidad de competir con los países especializados en la producción de la pulpa de jaiba, por la demanda externa de los países que conforman la Unión Europea.

En el proyecto de inversión para la implementación de una planta procesadora y comercializadora de mariscos para la exportación a Europa realizado por Medina, Paguay y Sánchez (2010) dice “la demanda mundial de camarones ha incentivado la producción de mariscos, impulsando la producción de los crustáceos en el Ecuador”. Tal como indica se abre una brecha para la exportación de pulpa de jaiba a los países europeos, especialmente en Francia que es un gran consumidor de productos marítimos.

El Ecuador al contar con preferencias arancelarias por la Unión Europea hace más factible la comercialización o el intercambio de bienes. Los países europeos requieren cada vez más de productos alimenticios marinos que cubran las necesidades de los consumidores. La demanda de los mariscos ha incrementado a lo largo de estos 20 años, por los migrantes que realizan la comercialización de estos productos. El principal destino de las exportaciones ecuatorianas son a los países de la Unión Europea, (Banco Central del Ecuador, 2014).

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2014), el total de las exportaciones ecuatorianas de mariscos durante el año 2013 es de 10844

millones de dólares. La exportación de total a la Unión Europea fue 2762 millones USD, seguido por Estados Unidos (2566 millones USD).

En cuanto al proyecto de exportación de trucha al mercado europeo por Castro y Quinto (2013) establece que “la única forma de hacer rentable la exportación de mariscos, es dándole un valor agregado y someterlos a bajos precios”.

Los productos insignias del sector de pesca y acuicultura para la exportación son el camarón y atún en conserva, representan el segundo y tercer rubro más importante del total de las exportaciones no petroleras ecuatorianas. El camarón ecuatoriano se ubica entre los productos estrellas del país por la calidad y volumen de exportación a nivel mundial. Mientras que la industria pesquera atunera del país es la segunda más grande y moderna de América (ProEcuador, 2014).

Tabla 1. Principales compradores por producto (2013)

 CAMARÓN CONGELADO*	Francia	108,31	 CONSERVAS DE ATÚN	España	146,64
	España	80,68		Holanda	99,06
	Italia	45,04		Alemania	92,69
	Belgica	18,50		Italia	60,87
	Reino Unido	16,85		Reino Unido	54,61

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado: El universo

El producto más exportado durante el año 2013 a los países de la Unión Europea es la conserva de atún con un total de 453,87 millones de dólares, en donde su principal comprador es España (146,64 millones USD). Tercero, el camarón congelado con 269,38 millones de dólares y su primordial consumidor es Francia (108,31 millones USD) (El universo, 2014).

Ecuador puede ofertar 400 millones de libras anuales de camarón, incluyendo productos de valor agregado. Dentro de los productos no petroleros, el camarón es el segundo producto de exportación del país. Ecuador puede

ofrecer 50.000 toneladas de tilapia al año, como producto en filetes, entero, fresco o congelado.

Los principales destinos de los productos estrellas del Ecuador son: Holanda, Francia, Italia, España y Alemania. La actividad pesquera se desarrolla en todas las provincias costeras del Ecuador. Los principales productos son: atún, sardina, dorado, pez espada, miramelindo, pámpano, carita, tiburón, sierra, merluza, camarón, melva, wahoo, macarela, jaiba, picudo, calamar, caballas, jurel, corvina, pargo, cherna, harina de pescado.

En el Proyecto de exportación de jaiba por Lara, Muñoz, & Quevedo (2009) dice que es “factible exportar jaiba”. Ecuador cuenta con importante cantidad de litorales, se puede sacar provecho de sus recursos y obtener una buena oportunidad de explotar la jaiba a nivel mundial. Ya que este producto es apreciado en el mercado europeo por la diversidad gastronómica que se tiene en ese continente y su dispendio se ha aumentado en estos años.

2.2. Metodología

El método que se va a seguir es el deductivo que parte de un conocimiento general hasta llegar a una deducción particular. Es decir parte de razones generales previamente concebidas y proclamadas como verdaderas, para derivar por medio de un razonamiento lógico, diferentes hipótesis serán luego aplicadas en casos de forma particular y corroborar así su validez (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

2.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se va a utilizar a lo largo de la investigación es el método exploratorio que consentirá identificar las situaciones y las particularidades afines al tema de investigación, de una manera ordenada y lógica (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

La investigación exploratoria se realiza cuando el objetivo es examinar un tema de investigación que es poco estudiado, no se abordado anteriormente o cuando se tiene muchas dudas. Esto significa, que hay ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio o guías no investigadas. Los estudios exploratorios sirven para familiarizarse con fenómenos parcialmente desconocidos, conseguir información para realizar una investigación más completa (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

2.4. Enfoques de la investigación

A lo largo de la investigación se usarán dos métodos; tanto el cuantitativo como el cualitativo. Mediante el método cuantitativo se va a conseguir establecer patrones de comportamiento para el análisis estadístico, con base en la medición numérica obtenida a través de la recolección de datos. Pero, este método cuenta con un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio. No se puede saltar o evitar algún paso, su orden es estricto, aunque se puede modificar alguna de las fases.

La fase uno parte de una idea preconcebida; en la segunda fase se delimita el estudio del problema, se concretan los objetivos que se van a seguir en el transcurso de la investigación. Las preguntas de la investigación se tratan sobre cuestiones específicas. En la tercera fase se revisa la literatura, que es lo que se ha investigado anteriormente y se desarrolla el marco teórico o una perspectiva teórica; que va a derivar una o varias hipótesis que se tendrán que comprobar su veracidad, es decir, si son factibles o no. La cuarta fase es la visualización del alcance del estudio. La quinta fase es la elaboración de la hipótesis y definiciones de las variables, que son las creencias formadas antes de recolectar y analizar los datos.

La sexta fase trae el desarrollo del diseño de la investigación, que son formadas por los datos estadísticos adquiridos. La séptima fase es la definición

y recolección de la muestra. La octava fase constituye la recolección de los datos, que deben ser medibles, y que pueden ser observados o referirse al “mundo real”. La penúltima fase cuenta con el análisis de todos estos datos recopilados, para finalmente obtener el reporte de los resultados.

Es decir, en el método cuantitativo se va a medir los fenómenos, utilizar estadísticas, a probar la hipótesis y hacer un análisis de causa y efecto. El proceso que se va seguir será secuencial, deductivo, probatorios y analizará la realidad objetiva. Los beneficios de este enfoque es la generalización de resultados, precisión, control sobre fenómenos, réplica y predicción.

El enfoque cualitativo se vale de la recolección de datos sin medición numérica para expresar o mejorar las preguntas de investigación en el juicio de interpretación. Esta se mueve de manera dinámica entre la interpretación y los hechos. Cuenta con diferentes etapas donde se empieza con una idea, luego se plantea el problema, tercero es la inmersión inicial en el campo que es sensibilizarse con el entorno donde se llevara a cabo el estudio, para así averiguar la factibilidad del mismo.

El propósito de indagación de los datos cualitativos consiste en reconstruir la realidad, como lo perciben las personas involucradas en el sistema social definido. Se llama holístico, pues se considera el “todo” (Manning, 1997). El enfoque cualitativo evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación respecto a la realidad (Corbetta, 2003).

Capítulo III

Producción de la pulpa de jaiba en el Ecuador

3.1. Antecedentes de la producción de la jaiba a nivel mundial

El total de la producción mundial de crustáceos aumentó y alcanzó 148,5 millones de toneladas en 2010, mientras que en la captura la producción se ha mantenido en torno a 90 millones de toneladas desde el año 2001. La producción acuícola ha seguido mostrando un fuerte crecimiento, aumentando a una tasa promedio de crecimiento anual de 6,3 por ciento, desde 34,6 millones de toneladas en el año 2001 a 59900000 toneladas en 2010. El valor de la producción acuícola se estimó en USD119,4 millones en 2010. En el top de países productores de crustáceos como la jaiba está China, que es el país con el mayor volumen, seguida por Indonesia, India y los Estados Unidos de América (FAO, 2013).

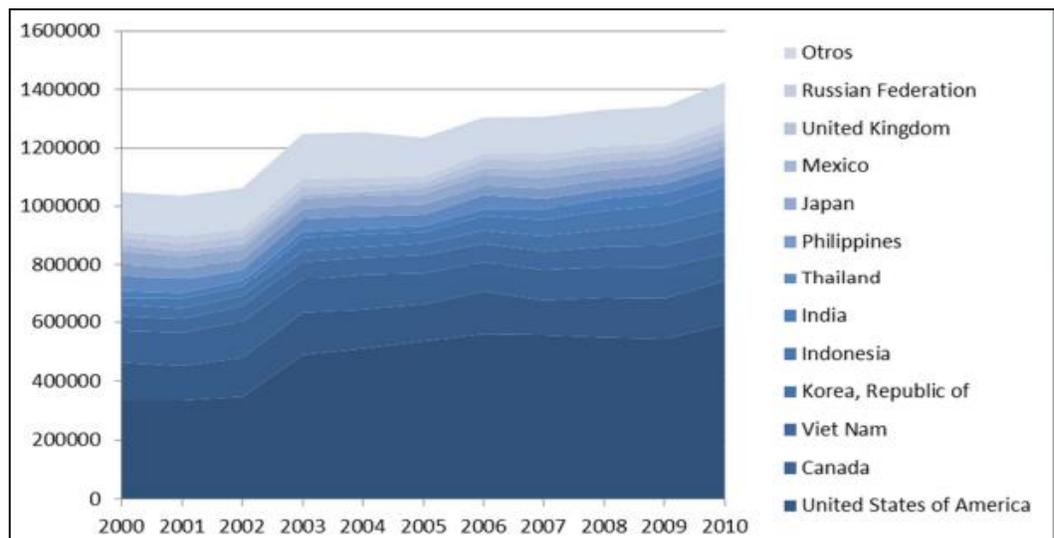
Los cultivos de jaibas se vienen realizando desde el siglo pasado, en las llamadas “Granjas Jaiberas”. Las primeras locaciones donde se los encontraba eran en Estados Unidos entre los Estados de Maryland y Virginia, y en Centroamérica, en el Golfo de México y en la Costa Yucateca, donde se utilizaban trampas para su captura. La jaiba sigue siendo un platillo popular de esta región, y además se utiliza como carnada para el pulpo.

Los tres principales productores de jaiba proporcionan alrededor del 70 % del total de la producción mundial. Estos son: China (593000 toneladas), Estados Unidos (147000 toneladas) y Canadá (96000 toneladas) (Polanco, 2012).

El consumo interno de uno de los principales productores de la jaiba (Estados Unidos) es alto; incluso tienen que llevar a suplir esta demanda

doméstica con importaciones, que representan el 80% de ella. Sus principales proveedores son Canadá, China, Tailandia y Chile (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009). Como se observa en el gráfico siguiente, la oferta de jaiba a nivel mundial ha tenido un crecimiento moderado. Este incremento se considera que se mantendrá a largo plazo (Polanco, 2012).

Gráfico 1: Oferta de Jaiba a nivel Mundial



Fuente: Marine Stewardship Council (MSC)
Elaboración: Rodrigo Polanco

En el mercado extranjero la jaiba es muy apetecido, especialmente, en el mercado estadounidense, uno de los mayores importadores del este producto, muy contrariamente al mercado ecuatoriano. En estos últimos años se ha visto un especial interés de los países europeos, donde este producto ha sido bien acogido. Se trata de un producto con mucho potencial. Solo en Alemania durante el año 2012, fue 71.350.000 EUR (La FAO, 2012).

La factibilidad de exportar la pulpa de la jaiba al mercado europeo (Francia) fue con el fin de persuadir a las personas que se dediquen a la explotación de jaibas a nivel local para una futura exportación de la pulpa de este crustáceo. A lo largo de estos años no se ha sacado el debido provecho a

los diversos productos que tiene el Ecuador. La jaiba es un producto que se puede explotar: es muy bien acogido por el resto de países alrededor del mundo, más cuando se puede generar un producto de buena calidad, así compitiendo en igualdad de condiciones con el resto de países. Esta información ha sido obtenida a través de diferentes fuentes secundarias, compitiendo así en igual de condiciones con el resto de países. Esta información es obtenida páginas, como las páginas web de PROECUADOR y el Banco Central del Ecuador; para así analizar el potencial de la jaiba, un recurso ecuatoriano no convencional (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

El consumo de jaiba o la pulpa de jaiba en el mercado interno ecuatoriano no son muy altos en comparación a la del cangrejo, como se ha corroborado mediante observación en los mercados de mariscos de la ciudad de Guayaquil. La demanda de los países europeos y de los Estados Unidos ha ido aumentando, lo cual ha puesto a competir al Ecuador con los más grandes exportadores asiáticos, para satisfacer esta demanda, con mayor énfasis la generada por los países de la Unión Europea, entre los que se encuentra Francia (ProEcuador, 2013).

Por medio de esto se genera riqueza para el país, y teniendo en cuenta que este no es un producto ya explotado como el camarón y la tilapia. La jaiba es un crustáceo que puede llegar a ser uno de los productos estrellas del país considerando los estudios de pre factibilidad, ya que según la FAO (2013) la participación del Ecuador en las exportaciones mundiales de crustáceos es del 5 % (ProEcuador, 2013).

3.2. La jaiba en el Ecuador

La extracción de los crustáceos en el Ecuador surgió aproximadamente desde el año de 1969, generó impactos económicos, sociales y ambientales, especialmente en los manglares donde se perdieron significativas zonas de extracción de cangrejos, conchas, madera y peces. Los impactos sociales

negativos son: el desplazamiento de los usuarios de sus lugares de trabajo y la disminución del nivel y calidad de vida ocasionados principalmente por los bajos ingresos de las capturas. Actualmente la extracción de crustáceos se encuentra manejada por diferentes asociaciones, como la Asociación de Cangrejeros 6 de Julio (Dirección de Gestión y Coordinación Marino Costera , 2000).

Los crustáceos con mayor demanda comercial en el país son los cangrejos rojos. Anteriormente las dos temporadas de veda, se realizaban desde el 15 de enero al 15 de febrero; esta restricción era para permitir su reproducción, pero a partir del 2014 se difiere la primera fecha de veda para el 1 de marzo hasta 31 de marzo, que es el período mayor actividad reproductiva de esta especie. En cuanto a la segunda veda del cangrejo rojo se da del 15 de agosto al 15 de septiembre, porque su caparazón muda y emana una sustancia que puede intoxicar al consumidor. Sin embargo, el cambio de fecha de la primera veda del cangrejo rojo no aplica para el cangrejo azul (jaiba), que se mantiene entre el 15 de enero al 15 de febrero (El Comercio, 2012).

En esas dos fechas de veda el cangrejo rojo es reemplazado por otro miembro de esta familia como: es la jaiba. Ambas especies de crustáceos forman parte de la gastronomía nacional, especialmente en la Costa (El Comercio, 2012).

En la Costa se calcula que alrededor de 20 comunidades están dedicadas a la captura de estos crustáceos. Están distribuidas mayormente entre las provincias del Guayas y El Oro, de acuerdo con un estudio del Instituto Nacional de Pesca (INP). Dentro de estas comunidades de pescadores artesanales, cerca de 2200 cangrejeros tienen en el cangrejo rojo como su principal fuente de ingresos económicos. Entre ellos está la Asociación de Cangrejeros 6 de Julio, del cantón Naranjal (Guayas) (Ministerio de agricultura, ganadería, acuícola y pesca, 2014).

La jaiba es capturada solo bajo pedido y se lo encuentra mayormente en la zona de los manglares de Esmeraldas. Quien gusta de esta especie puede pagar por un atado hasta USD 16. “Pero este no es precisamente uno de los crustáceos de mayor demanda comercial interna, posiblemente por su sabor diferente, un poco más dulce”, advierte Luis López, jornalero de la Asociación de Cangrejos 6 de Julio (El Comercio, 2012).

Lo contrario sucede con el cangrejo rojo. Según Luis López, la época de mayor captura es diciembre. Al día, cada uno de los cerca de 100 socios atrapa 48 unidades, en promedio, del área de manglar. Esto equivale a cuatro atados de 12 unidades. Pero en diciembre, esa cifra llega a duplicarse. Por cada atado reciben entre USD 5 y 6 por parte de los comerciantes, pero este precio sube en Guayaquil hasta los USD 12, según su tamaño (El Comercio, 2012).

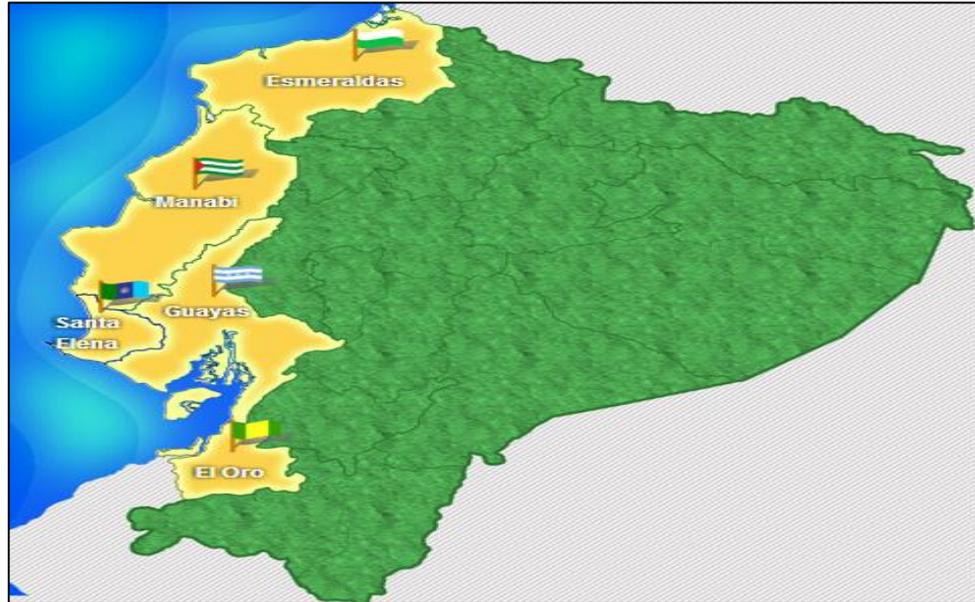
3.3. Principales provincias productoras del país.

Las principales provincias del Ecuador proveedoras de jaiba son: Esmeraldas (ciudad de Esmeraldas), Guayas (Playas y Posorja) y Santa Elena (Chanduy y Anconcito). Otros productores importantes de jaiba en el Ecuador se encuentran ubicados en zonas de manglar como (Subsecretaría de Gestión Marina y Costera, 2014):

- ✓ Zona de Naranjal, Golfo de Guayaquil, Zonas de Estero Salado en la provincia del Guayas.
- ✓ Zona de Machala por la parte de los estuarios, en la provincia de El Oro.

Todas las zonas productoras de jaiba que se mencionan anteriormente se encuentran muy cerca de los principales puertos del Ecuador como: Puerto Bolívar, Guayaquil, La Libertad y Esmeraldas.

Ilustración 3: Provincias productoras de Jaiba



Fuente y elaboración: Subsecretaría de Gestión Marina y Costera & Ministerio del Ambiente.

3.4. Empresas dedicadas a la venta de pulpa de jaiba

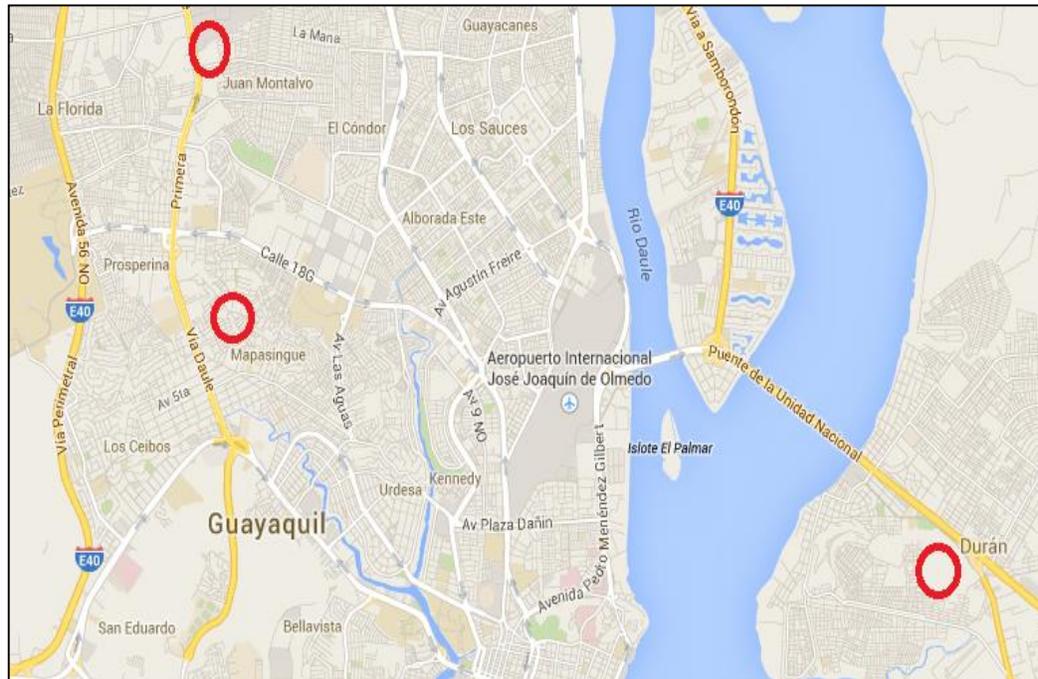
A esta actividad actualmente se dedican cuatro empresas de manera esporádica y venden a diferentes mercados internacionales. Estas empresas son: Alprojansa S.A., Promariscos S.A., Canino Héctor Marty S.A., y Docugensa S.A (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

Tabla 2: Empresas exportadoras de jaiba ubicadas en el Cantón Guayas

Empresas	Dirección	Teléfono
ALPROJANSA S.A.	Km. 1.5 Vía Daule, Guayaquil	04-2898 252
PROMARISCOS S.A.	Km 6 ½ Vía Duran Tambo	
CANINO HÉCTOR MARTY S.A.	Mapasingue este calle 4ta 316 y 2da avenida	042-843 272
DOCUGENSA S.A.	Mz 245 solar 29, Guayaquil, Ecuador	042-384 415

Fuente: Lara, Muñoz & Quevedo (2009)
Elaboración: Andrea Martillo

Ilustración 4: Ubicación de las empresas en el mapa de la ciudad de Guayaquil y Durán



Fuente: Googleearth.
Elaborado por: Martillo, 2014

ALPROSANJA S.A. es una empresa dedicada a exportar alimentos procesados de jaiba nacional, con sede en Guayaquil, Ecuador. Ofrece una gran variedad de alimentos procesados de jaiba. Cumplen con los mayores estándares de calidad y cuentan con el aval de la FDA (Food and Drug Administration) y Unión Europea. PROMARISCOS S.A., Canino Héctor Marty S.A., y DOCUGENSA S.A. no solo se dedican a la venta de jaiba; el producto estrella de estas empresas es el camarón. Otra empresa dedicada a la comercialización de jaiba es “El Centro Martín Pescador”, cuyos proveedores son las comunidades del Norte de la provincia de Esmeraldas miembros de FEPALHUM² (Centro sobre Derecho y Sociedad, 2013).

² FEPALHUM es una organización de segundo grado que agrupa a 15 organizaciones de base (agricultores, artesanales, agroforestales o comunitarios) de los cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo. Su objetivo es impulsar procesos de desarrollo local en la zona.

3.5. Proceso productivo de la pulpa de jaiba cocida

La extracción de la carne o pulpa de jaiba a nivel industrial es bastante compleja ya que está vigorosamente pegada al carapacho y no hay maquinaria tecnificada para desprender la carne con facilidad; es por eso que la mayoría del tiempo el producto se separa de forma manual, lo que se requiere de mano de obra especializado dedicada a estas actividades, dividiéndolo en dos procesos tales como: El descascarar la jaiba y despulparla (Alvarado & Bonete, 2013).

La recepción de la jaiba a la fábrica o la planta donde se maneja este producto es en un estado de vida, luego serán clasificadas por su sexo y también las que se encuentre muertas serán descartadas y separadas para evitar la contaminación con las que se encuentren en buen estado. La admisión debe ser rápida para evitar pérdidas de frescura del producto y así asegurar la buena calidad de la carne (Alvarado & Bonete, 2013).

Los pedidos de jaiba no se realizan por medio de números o unidades; sino por libras, kilogramos o toneladas. Luego de la recepción de las jaibas estas procederán a ser lavadas antes de realizar la inmersión, para retirar las impurezas o residuos. A temperaturas bajas se zambulle o se sumerge la jaiba por una hora cambiando de manera permanente el agua, hielo y cloro para conservar el proceso higiénico del producto.

A medida que el proceso anterior avanza se remite al producto al proceso de ebullición en una olla, (máquina industrial). El cocido a vapor es el sistema recomendado, para una larga duración del producto y para conservar las propiedades de la carne .Posteriormente se las lleva a la cámara de enfriamiento con una temperatura inferior al 0°C y para que la carne se contraiga y sea más simple el despulpa de la jaiba. Este almacenamiento es hasta el siguiente día (Alvarado & Bonete, 2013).

Ilustración 5. Cocido industrial de la jaiba



Fuente: Asociación 6 de Julio

Una vez cumplido el plazo de enfriamiento se separa el producto congelado con mejores características para ser distribuido en las mesas de extracción manual, donde realizarán el despulpado mediante pinzas para cumplir con las buenas prácticas de manufactura. De forma simultánea se coloca la carne de jaiba en los depósitos donde serán envasadas. Este envase tiene que ser de material de polietileno con una baja densidad, una atmósfera normal y sellado hermético para que el producto no se vea afectado (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

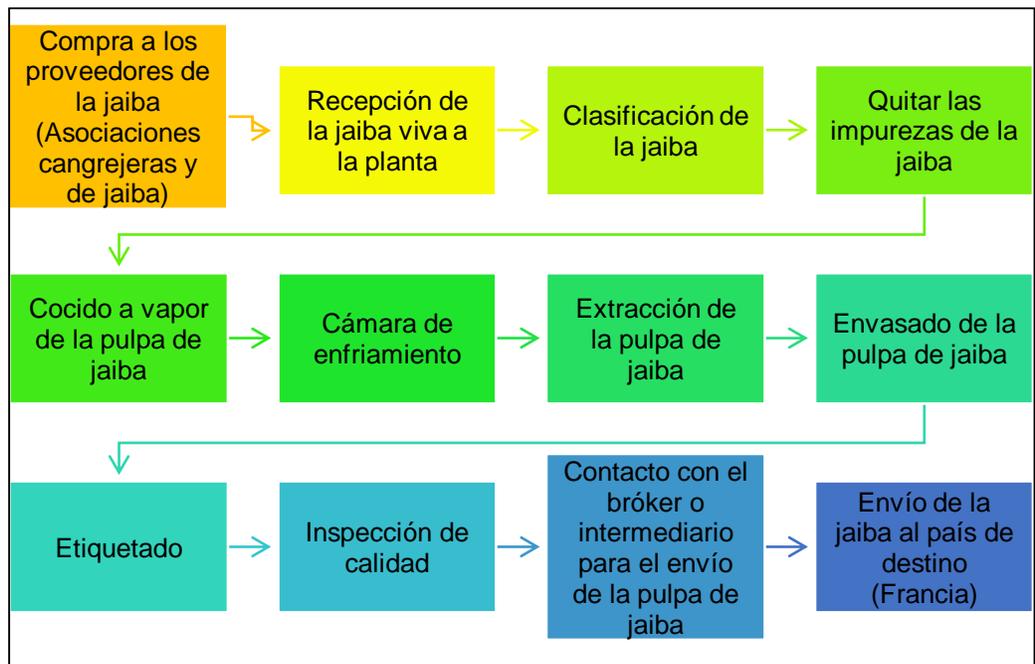
Ilustración 6. Mesas de extracción de pulpa de jaiba



Fuente: Asociación 6 de Julio

Los envases son recogidos para la inspección de calidad. En seguida se procede al almacenamiento de la en la cámara de enfriamiento hasta que sea distribuida. A través de un bróker o un agente aduanero que es contratado de forma particular se enviará el producto hacia el país de destino (Francia) (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

Ilustración 7. Proceso del cocido de la pulpa de jaiba



Fuente: Alvarado & Bonete (2013).
Elaborado: por la autora

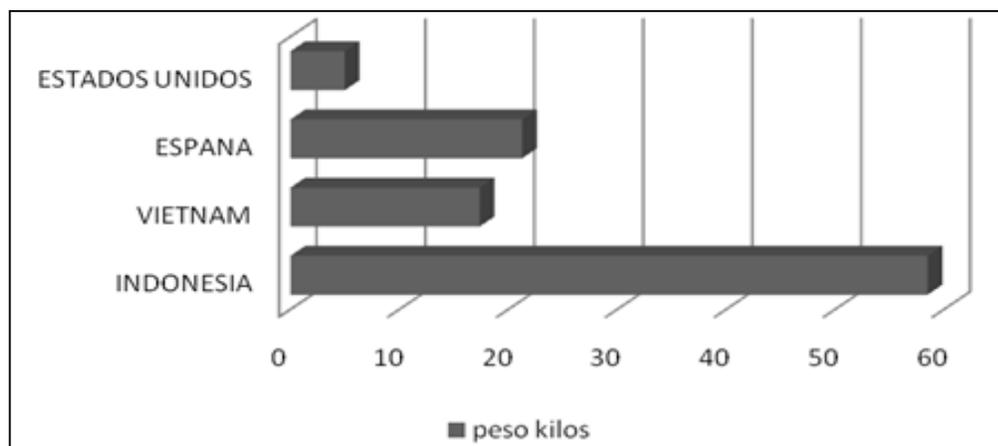
3.6. Principales destinos de la jaiba

En el 2010, alrededor del 76 por ciento del total de las importaciones de jaiba fueron realizadas por Estados Unidos de América y Japón. Estos dos países representan el 27 por ciento del total del consumo mundial de crustáceos. Las importaciones de la Unión Europea (UE) representan una cuota del 40 por ciento del total las importaciones mundiales. Sin embargo, si se excluye el comercio intrarregional entre los países de la UE, la participación se

reduce a 26 por ciento de las importaciones mundiales. Esto todavía hace de la UE el mayor mercado del mundo para los crustáceos (FAO, 2013).

El mayor mercado del Ecuador es Estados Unidos. ALPROJANSA S.A y PIADORZA S.A. son empresas especializadas en la comercialización de jaiba. Como referencia estas dos empresas exportan la pulpa de jaiba a países tales como: Indonesia, Estados Unidos Francia, Vietnam e Italia. Estas empresas cuentan con poca competencia en el mercado nacional, y considerando la demanda internacional se puede estar dejando importantes mercados como el de Francia. Al haber pocos exportadores de jaiba en el Ecuador, ellos tienen ventaja debido a que la demanda en los mercados internacionales es alta (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

Gráfico 2: Destinos de exportaciones de jaiba



Fuente: BCE
Elaboración: la autora

3.7. Volúmenes de producción de crustáceos en el Ecuador según la FAO

Los volúmenes de producción de crustáceos que se muestran en la siguiente tabla están dados en kilogramos e incluyen a los cangrejos y jaibas. La producción de crustáceos ha ido en variando a lo largo de estos años en el

Ecuador, la más alta producción de crustáceo es en el 2013 con 508454 kilogramos y la más baja es en el año 2009 con 408926 kilogramos, pero en conclusión grandes volúmenes de carne de crustáceos se ha producido en 6 años, según la FAO.

Tabla 3: Producción en kilogramos de Crustáceos en Ecuador

País	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ecuador	469060	408926	505571	496678	399227	508454

Fuente: www.fao.org

Elaborado: por la autora

3.8. Producción de la pulpa de jaiba en kilogramos por cada organización pesquera 2012

Para la producción de pulpa de jaiba se captura la jaiba verde y la jaiba azul ya que tienen más carne dentro de su carapacho. No se puede sacar un número exacto de cuantas jaibas se captura al mes, ya que todo depende de la temporada, en verano se produce más jaibas que en el invierno. Y por cada socio se puede solo capturar hasta 72 jaibas por día, es decir solo una gaveta.

La zona donde se realizan la producción de jaiba de manera más constante es en las zonas de Naranjal, Balao y Puerto Baquerizo. Estas organizaciones pesqueras están más especializados en la producción e incluso exportan a veces a Estados Unidos de manera esporádica.

La oferta de jaiba durante el año 2012 fue 6872920 kilogramos, sumada toda la producción por parte de las organizaciones pesqueras. Así lo informó el Instituto Nacional de Pesca (INP). Los espacios que se encuentran en blanco en las siguientes tablas se deben a que las organizaciones no han proveído información al INP (Instituto Nacional de Pesca, 2013).

Tabla 4: Producción de pulpa de jaiba en kilogramos en el Ecuador (2012)

ORGANIZACIONES	1 TRIM	2 TRIM	3 TRIM	4 TRIM	TOTAL
6 De Julio	137626	194285	145056	191448	668415
Balao	169757	208856	136078	241107	755798
Nuevo Porvenir	204984	276350	197251	244252	922837
25 de Julio	172793	216076	152349	1215223	756441
Puerto Baquerizo	55973	54141	43279	67571	220964
Puerto La Cruz		86453		182411	268864
El Conchal				79681	79681
Mondragón	41020	50187	45990	75954	213151
Buena Vista	38999	50494	31375	36614	157482
Puerto Santo	94833	96188	76254	84006	351281
Soledad Grande	74504			40253	114757
24 de Marzo	70628	86699	86559	102096	345982
26 de Febrero				125674	125674
Caimital	130994	99574	74199	101016	405783
La Flora	101664	130364	68715	115790	416533
6 de Septiembre	180855				180855
Los ceibos	98038	124527	221227	130543	574335
Aguas Vivas	59788	67922		37832	165542
11 de Enero				199421	199421
15 de Enero			5122		5122
TOTAL	1632456	1742116	1283454	3270892	7928918

Fuente: Instituto Nacional de Pesca (2014)

Elaboración: Andrea Martillo

La organización que tuvo más producción del crustáceo en el año 2012 fue “Nuevo Porvenir” en el año 2012, con una producción de 922839 kilogramos, seguida por la Organización 25 de Julio. Esta producción de jaiba no la mantienen de manera constante.

La captura de la jaiba es controlada por la guardia marina del Ecuador y por las organizaciones pesqueras, donde se revisa que no se escojan jaibas hembras y que midan menos de 7 cm.

Tabla 5: Producción de pulpa de Jaiba en el Ecuador (2013)

ORGANIZACIONES	1 TRIM	2 TRIM	3 TRIM	4 TRIM	TOTAL
6 De Julio	121655	146358	217584	382896	868493
Balao	142575	200026	136078	482214	960893
Nuevo Porvenir	135885	196856	207251	345073	885065
25 de Julio	118893	227741	132349	315223	794206
Puerto Baquerizo	36603	69418	53279	57571	216871
Puerto La Cruz		116839		182411	299250
El Conchal	55637	38869			94506
Mondragón	28453	71821	45888	75954	222116
Buena Vista	36093	71821	30275	36614	174803
Puerto Santo	45483				45483
Soledad Grande	37803			40253	78056
24 de Marzo	81168	67279	86559	102096	337102
26 de Febrero	90309			125674	215983
Caimital	71992	49316	74199	101016	296523
La Flora	82466	157759	68715	115790	424730
6 de Septiembre	32745	92581			125326
Los ceibos	83862	100930	221227	130543	536562
Aguas Vivas	30335			67922	98257
TOTAL	1231957	1607614	1273404	2561250	6674225

Fuente: Instituto Nacional de Pesca (2014)

Elaboración: Andrea Martillo

Durante el año 2013, la producción total de jaiba de todas las Organizaciones ha sido de 6674225 kilogramos. La Organización de Balao es la que lideró la producción de jaiba en este primer semestre con 784244 kilogramos, seguida por Nuevo Porvenir, que en el año 2012 fue la que lideró la producción de jaiba.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Pesca del Ecuador (2014) el promedio anual de producción de pulpa de jaiba en el país es de 7301571 kilogramos.

Según las entrevistas realizadas a las asociaciones de crustáceos Soledad Grande, 6 de Julio, 16 de Octubre, 26 de Febrero y Nuevo Porvenir.

Todos llegaron a un conceso que el país no está en capacidad para exportar la pulpa de jaiba por la poca capacidad de producción que se tiene actualmente.

Jairo Solís (2014) pescador artesano y miembro de la Asociación Soledad Grande, dijo “que anteriormente ya se ha llevado a cabo la idea de exportar la pulpa de jaiba, pero la capacidad de producción que tenían era muy poca respecto a la cantidad demandada y muchas veces ellos no avanzaban siquiera abastecer la demanda local. Y actualmente con las nuevas leyes de protección del manglar ellos solo pueden coger una caneca de jaiba por miembro de la asociación”.

Teresa Mendoza (2014) secretaria, socia y sacadora de pulpa de jaiba y cangrejo de la asociación 6 de Julio dijo “las exportaciones que se hacen de la pulpa de jaiba y cangrejo a Estados Unidos es solo mediante pedido que realiza el empresario ecuatoriano. Y para hacer estos pedidos tuvieron una capacitación otorgada por USAID³, para el correcto proceso de extracción de la pulpa de jaiba, empaquetado y embalaje, incluso USAID dio ayuda financiera a esta asociación para mejorar sus instalaciones”.

3.9. Programas de financiamiento

En los siguientes cuadros se presenta dos líneas de crédito que ofrece el Gobierno del Ecuador, a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), para el impulso de las empresas, y que podrían ser empleadas para financiar la inversión.

³ USAID (United States Agency for International Development), es la agencia estadounidense encargada de distribuir la mayor parte de la ayuda exterior de carácter no-militar, para la reducción de la pobreza

Tabla 6: Línea de Crédito

Línea de Crédito Financiamiento Productivo	
Destino	Activo fijo: Incluye financiación de terrenos, bienes muebles e inmuebles y construcción. Capital de trabajo: excluyendo gastos no operativos. Asistencia técnica Financiamiento de obligaciones (activos fijos y/o capital de trabajo) cartera CFN o cartera propia.
Beneficiario	Persona natural o jurídica privada, o mixta legalmente establecida en el país.
Monto	Hasta USD 20'000.000
Plazo	Activo fijo: 10 años Capital de trabajo: 3 años Asistencia técnica: 2 años
Tasa	Reajutable cada 90 días en base a la TPR
Amortización	Cada 30, 90 ó 180 días o al vencimiento en operaciones de hasta 360 días, conforme el ciclo productivo de la actividad.
Garantías	Negociadas entre la IFI y el BF, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
Sectores Priorizados	Sectores Priorizados establecidos en Manual de Crédito de Segundo Piso (Anexo 14): Confecciones y calzado, Farmacéutica, Metalmecánica, Energías renovables, Petroquímica, Turismo, Automotor, Cadena Agroforestal, Transporte y logística, Tecnología: Hardware y Software, Bio-química, Plástico y caucho, Alimentos y Servicios logísticos.

Fuente: Corporación Financiera Nacional (2014)

Elaboración: Andrea Martillo

En el siguiente cuadro se muestra la línea de crédito para financiar proyectos para montos iguales o menores a 20000 USD.

Tabla 7: Línea de Crédito hasta US\$ 20.000,00

Línea de Crédito Financiamiento Productivo hasta US\$ 20.000	
Destino	Activos fijos, incluye financiamiento de terrenos, muebles e inmuebles, directamente vinculados al proyecto. Capital de trabajo: excluyendo gastos no operativos Asistencia Técnica
Beneficiario	Personas naturales o jurídicas privadas, legalmente establecidas en el país, con ventas o ingresos brutos de hasta US\$ 100000
Monto	Hasta USD 20.000
Plazo	Activo fijo: 10 años Capital de trabajo: 3 años Asistencia técnica: 2 años
Tasa	Reajutable cada 90 días en base a la TPR
Amortización	Cada 30, 90 ó 180 días o al vencimiento en operaciones de hasta 360 días, conforme el ciclo productivo de la actividad
Garantías	Negociadas entre la IFI y el BF, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
Sectores Priorizados	Sectores Priorizados establecidos en Manual de Crédito de Segundo Piso (Anexo 14): Confecciones y calzado, Farmacéutica, Metalmecánica, Energías renovables, Petroquímica, Turismo, Automotor, Cadena Agroforestal, Transporte y logística, Tecnología: Hardware y Software, Bio-química, Plástico y caucho, Alimentos y Servicios logísticos.

Fuente: Corporación Financiera Nacional (2014)

Elaboración: Andrea Martillo

Además, el Programa de Desarrollo a la Acuicultura Marina es una oportunidad. El programa busca que a través de sistemas innovadores de producción en el espacio marítimo de especies marinas, se supla el déficit y reduzca la presión sobre la explotación de los recursos pesqueros, incrementando la disponibilidad de alimento proveniente del mar.

Tabla 8: Financiación del Programa de Acuicultura Marina

Personas que puedan ejercer actividades de acuicultura	Personas jurídicas que tengan Acuerdo de Concesión de Espacio Acuático; Acuerdo de cría y cultivo de especies bio-acuáticas en el mar, emitidos por el Viceministerio de acuicultura y pesca y el permiso correspondiente del Ministerio de Ambiente.
Destino de la Financiación	Financiamiento de infraestructura y logística para cultivo de especies en el mar.
Financiamiento	Hasta el 70 % del crédito.
Plazo	Activo Fijo hasta 10 años Capital de Trabajo hasta 3 años
Período de gracia	El periodo de gracia debe aplicársele de acuerdo a las características del proyecto. Para adquisición, construcción y montaje de activo fijo, se podrá conceder hasta 1 año de gracia total y hasta 2 años de gracia parcial. Se prorrateará los intereses a partir del segundo año.

Fuente: Corporación Financiera Nacional (CFN)
Elaboración: Andrea Martillo Soria

La Corporación Financiera Nacional (CFN) presta asistencia técnica a clientes o promotores con el objetivo de ayudar de forma intelectual y con capital para llevar proyectos de desarrollo de forma exitosa (Subgerencia Nacional de Asistencia Técnica, 2014).

La capacitación de la CFN consiste en estructurar e implementar procesos integrales de una capacitación constante, para que se vaya adaptando a las nuevas normas desarrollo del capital intelectual. Estos programas van dirigidos a todas las personas ya sean estos clientes o no, a las entidades privadas para mostrarle cuales son los diferentes canales de distribución e incluso formar parte de la inclusión social.

Los programas dedicados para el desarrollo empresarial a los sectores económicos sociales son dados por el Departamento de Asistencia Técnica y Cooperación Internacional, en el cual se hace un proyecto donde se beneficien de los recursos con los que goza el país. También entre sus estrategia el estudio de las mejores prácticas que realiza tu competidor y copiarlas llamado *benchmarking* (Subgerencia Nacional de Asistencia Técnica, 2014).

Por medio de estos departamentos de ayuda que ofrece la CFN, se puede capacitar para el mejor manejo de los servicios financieros y destacar a los sectores productivos más solventes para una mejor calidad de vida y envolviendo al país en nuevos retos para una mejor participación el mercado internacional y local (Subgerencia Nacional de Asistencia Técnica, 2014).

Ilustración 8: Promoción de Crédito del Banco Nacional de Fomento



Fuente y Elaboración: Banco Nacional de Fomento

3.10. Análisis PEST del sector jaibero en el Ecuador

3.10.1. Factor económico

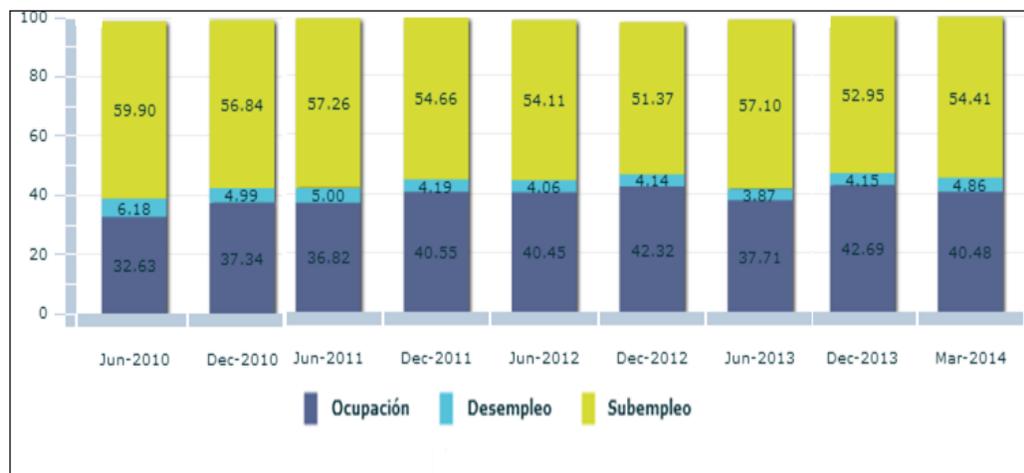
En la actualidad el gobierno ha implementado diferentes planes para impulsar la producción de productos ya elaborados, y así fomentar el empleo, entre ellos tiene las líneas de crédito que dan la Corporación Financiera

Nacional (CFN). A continuación se va analizar dos indicadores económicos: el nivel de empleo y la inflación.

Índice de desempleo, empleo y subempleo

El desempleo urbano en Ecuador se ubicó en 4,57 % en diciembre del 2013 frente al 4,63 % del mismo mes del año anterior, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Y en el transcurso del año 2014 es de 4,66.

Gráfico 3: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Según el INEC la mayor cantidad de ocupados se encuentran en las ramas de Comercio y Reparación de Vehículos (25,47%), Industrias Manufactureras (12,32%) y Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca (7,81%).

Como se puede evidenciar el desempleo en zonas rurales tiende a ser menor que el de zonas urbanas, especialmente por la generación de empleo

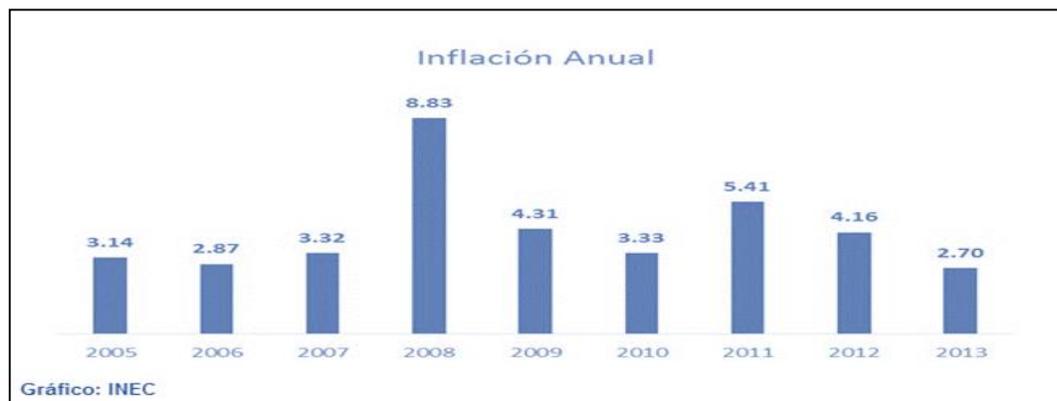
estructural de la zona agrícola y menor dinamismo de la economía rural. Y es en esta zona rural del Ecuador donde se produce la jaiba (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014) .

También se debe considerar, que las organizaciones de producción pesquera artesanal y los cangrejeros independientes tienen un periodo donde tienen que cesar sus actividades, por la veda del cangrejo que es dos veces al año. Y deben buscar otras maneras para mantenerse económicamente activas. En esas fechas los cangrejeros recolectan a las jaibas para la comercialización.

Índice de la inflación

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) informó que en 2013 el Ecuador registró una inflación anual de 2,70 % frente al 4,16 % del 2012. Se trata de la inflación anual más baja desde hace ocho años, como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 4: Inflación anual del Ecuador



Fuente y elaboración: INEC.

Esta inflación de los productos afecta de manera negativa al mercado interno ecuatoriano de los crustáceos, según Gabriela Cruz, presidenta de la Federación Nacional de Cooperativas Pesqueras del Ecuador (FENACOPEC). Aclaró a las autoridades conformadas por: Viceministerio de Acuicultura y

Pesca del MAGAP, Instituto Nacional de Pesca (INP) y Gobernación del Guayas (Rolando Panchana) que no son los pescadores artesanales quienes aumentan los precios de los crustáceos, sino ciertos comerciantes que se aprovechan de las fechas especiales donde existe mayor demanda del cangrejo, y le suben el precio al producto, sobre todo en la ciudad Guayaquil (MAGAP, 2014). La medida emergente que tomó el Gobernador del Guayas, Rolando Panchana, fue fijar los precios de las ventas de los crustáceos (Ministerio de agricultura, ganadería, acuícola y pesca, 2014).

3.10.2. Factor social

En la actualidad, el Gobierno Ecuatoriano brinda ayuda a las diferentes asociaciones pesqueras artesanales a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), para remediar la situación de los cangrejeros por la veda del crustáceo. Esta ayuda llega con un centenar de sacos, entre arroz, tamarindo, cebolla, maíz, camote y sandía. Fueron entregados a la dirigencia de la pesca artesanal que los distribuyeron a seis asociaciones de Machala y Puerto Bolívar (Diario Opinión, 2014).

A partir del 2008, en los manglares de Esmeraldas donde se da la mayor producción de jaiba en el Ecuador, el Centro sobre Derecho y Sociedad (CIDES) consiguió un financiamiento de 49000 dólares del Nacional Endowment for Democracy (NED, Estados Unidos) para trabajar con la FEPALHUM, Federación Afro Palenque los Humedales del Bajo Borbón en Esmeraldas (Centro sobre Derecho y Sociedad, 2013)

FEPALHUM es una organización de segundo grado que agrupa a 15 organizaciones de base (agricultores, artesanales, agroforestales o comunitarios) de los cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo, con el objetivo de impulsar procesos de desarrollo local en la zona, a través de un fortalecimiento

organizativo con capacitaciones de gestión a los miembros (Centro sobre Derecho y Sociedad, 2013).

En estos dos casos se puede evidenciar la ayuda externa que han recibido las diferentes organizaciones de pesca artesanal del Ecuador, debido a las épocas de veda y para el impulso del desarrollo de las capacidades de los miembros de estas organizaciones.

El índice de pobreza nacional mide el nivel o la calidad de vida del país, obtenido a partir de encuestas de los hogares (El banco mundial, 2014). A partir de la observación directa, que se ha realizado para este estudio se puede constatar que las personas que trabajan con los crustáceos no son personas que tengan una buena calidad de vida.

Un ejemplo de esta situación se encuentra específicamente en los cantones de Eloy Alfaro y San Lorenzo (Esmeraldas), donde se dan grandes producciones de crustáceos. Esta población afroecuatoriana sufre un alto grado de pobreza y precarias condiciones de higiene, salubridad y educación. El 85 % de los afroecuatorianos son pobres y, de esta cifra, el 90 % no tiene acceso a servicios básicos (Centro sobre Derecho y Sociedad, 2013).

A pesar de estas cifras, el apoyo del Estado en Esmeraldas es escaso. No existe un ordenamiento territorial que garantice la seguridad de la tenencia de la tierra, lo cual se constituye en la principal amenaza para el desarrollo sostenible de estas comunidades. La educación es baja: el 64% de la población apenas ha llegado hasta tercer grado o simplemente no tienen ningún nivel de escolaridad. Los pescadores artesanales tienen que tratar con intermediarios que se aprovechan del desconocimiento de los pobladores dándoles un trato discriminatorio (Centro sobre Derecho y Sociedad, 2013).

Pero no todo es malo en el sector pesquero. Anteriormente no existían los beneficios patronales, se contrataba por jornada de trabajo, es decir faena de pesca. Pero para las personas que trabajan con crustáceos; ya sean estas jaibas o cangrejo rojo, es importante estar dentro de una asociación, tales como: 25 de Julio, Unión de Organización de Pescadores Artesanales de El Oro (UOPAO), Unión de Cangrejeros del Golfo de Guayaquil, etc., para tener mejores beneficios (La hora, 2014).

Por medio de estas asociaciones pueden demandar apoyo al Gobierno Ecuatoriano para exportar la producción de jaiba. Para cualquier procedimiento de exportación una empresa tiene que cumplir con las normativas ISO, ya sean estas administrativas (laborales), que incluyen seguro para sus empleados y ambientales. Si la empresa cumple con esto su producto se podrá comercializar de mejor forma (La hora, 2014).

3.10.3. Factor tecnológico

La industria francesa posee un prestigio importante, reflejando no solo *Know How* francés en los diferentes sectores de las industrias tradicionales como la automoción, el material ferroviario, el lujo, la moda, e industrias de la alimentación, sino también el éxito de tecnologías como el sector de aeronaves, naves espaciales y energía.

Ecuador no es un país industrializado o generador de tecnología. En el año 2011 Francia y Ecuador hacen un pacto estratégico en materia de tecnología. Firmaron dos acuerdos de cooperación, uno sobre intercambios universitarios, científicos y tecnológicos, y otro sobre economía social y solidaria (El hoy, 2013).

"Ecuador es un país que tiene un desarrollo rápido, que necesita financiamiento, sin duda, pero que necesita sobre todo tecnología. Las empresas francesas están dispuestas" a avanzar en esa dirección, por lo que

"podimos llegar rápidamente a un pacto estratégico en ese sentido", declaró *François Hollande*, presidente de Francia (El hoy, 2013). Pero, la mayor cooperación que puede recibir el Ecuador por parte de Francia es preparar al talento humano, porque esa es la clave del desarrollo.

Para continuar con el proceso de extracción de la jaiba se necesita equipos tecnológicos especializados para la producción más eficiente, habituales en el procesamiento de mariscos; que puede proveer Francia. Hay que resaltar que no existen maquinarias que realicen esta actividad y todo el proceso se lo hace de manera artesanal es decir jaiba por jaiba mediante el personal especializado, pero siguiendo las normas de calidad.

3.10.4. Factores legales y medio ambientales

El Gobierno Ecuatoriano ha establecido o incorporado leyes que preservan el hábitat de los crustáceos, tanto del cangrejo rojo como el del cangrejo azul (jaiba). Las medidas regulatorias para la captura de un ejemplar de jaiba deben tener como mínimo, de 6 cm de carapacho. No se capturan a las hembras. La jaiba no tiene veda, por tener menor consumo interno.

Las leyes ecuatorianas también amparan a los manglares, ya que es un ecosistema marino costero importante para el país y el planeta. Es un espacio irremplazable y único que alberga a una increíble biodiversidad de animales, plantas, moluscos, aves, considerándolo como una de las cinco unidades ecológicas más productivas del mundo (La Hora, 2013).

Según Líder Góngora, representante de la Coordinadora Nacional de los pueblos del manglar, de las 362 mil hectáreas de mangle que había en el país, ahora sólo quedan 108 mil hectáreas, las mismas que intentan ser cuidadas, por lo que se ha dado paso a programas de reforestación y protección y se trata de implementarlo en todo el sistema costero. Añade que a pesar de que las

actuales leyes ambientales han establecido una multa equivalente a 89 mil dólares por la destrucción de una hectárea de manglar, hasta el momento no se ha sancionado a nadie, lo que preocupa a las comunidades defensoras del manglar (La Hora, 2013).

3.11. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

3.11.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

El mercado de la producción de pulpa de jaiba actualmente, no se encuentra saturado, es un mercado en crecimiento, y el ingreso de nuevos competidores es medianamente alto. Sin embargo, para operar en esta industria se necesita de una fuerte inversión en maquinarias, infraestructura, mano de obra, logística, etc., y también se debe tener conocimientos comercio exterior sobre el negocio.

Pero para una pequeña empresa, el capital de trabajo será relativamente alto y dificulta encontrar financiamiento, para la exportación. Para las empresas existentes en este mercado, no es alta la amenaza de nuevos competidores, ya que se necesita de una alta inversión.

3.11.2. La rivalidad entre los competidores.

Al contar con pocos competidores dentro del mercado ecuatoriano, la rivalidad es baja. Además, la mayoría de las exportaciones de pulpa de jaiba va orientada hacia España, Indonesia, Estados Unidos y Vietnam (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

En cuanto a la rivalidad de los competidores extranjeros que ofrecen la pulpa de jaiba a Francia están: Reino Unido, Rusia, Dinamarca, Irlanda y

Madagascar. A quienes les compra grandes sumas de este crustáceos. Y en Sudamérica está Chile, que tiene firmado el tratado de libre comercio con UE. La única forma de competir con estos países es a través de la calidad, ya que el mercado francés es muy exigente (ProChile, 2012).

3.1.1. Poder de negociación de los proveedores.

Si los proveedores de jaiba se mantienen en asociaciones, estas tienen la ventaja de establecer el precio, ya que todos los proveedores se pondrían de acuerdo en establecer un mismo precio por la captura de la jaiba. De este modo, los pescadores artesanos tienen poder de la negociación. Pero una de las deficiencias, de los pescadores o jaiberos, son los temas administrativos y asociativos.

No se debe depender de un solo proveedor. Es importante mantener contactos con la mayor cantidad de proveedores en todos los materiales, insumos, bienes y servicios ya que es en sí una cadena que mejorará la imagen del negocio y más allá de eso la imagen de país.

3.1.2. Poder de negociación de los compradores

Para mantener la ventaja en la negociación con los compradores es importante, no solo tener un cliente, porque el negocio dependería netamente de ese solo comprador, sino necesita tener varios compradores. Y para eso se necesita establecer estrategias para captar más clientes. Por lo tanto la ventaja la tiene el comprador.

Al mismo tiempo es necesario crear un vínculo con los consumidores finales para así poder fidelizarlos hacia el producto, dado que, ellos representan un alto poder, al ser quienes determinan la aceptación del producto. Y el mercado francés es uno de los más leales, sí se cumple con las normas de calidad que requiere el producto.

3.1.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

El mercado francés cuenta con una amplia gama de productos del mar, por ende la amenaza de productos sustitutos es alta. Los productos sustitutos de la jaiba en Francia son:

- ✓ Camarones.
- ✓ Moluscos
- ✓ Cangrejos.
- ✓ Centolla.
- ✓ Langostinos.

La diversidad de mariscos con los que cuenta Francia, es una fuerte amenaza, por lo tanto la sustitución de la jaiba es fácil, se deben aplicar estrategias para desarrollar la diferenciación del producto. Estas estrategias deben ir orientadas a satisfacer temas de precio, la calidad y fácil acceso del producto en las diferentes cadenas de distribución dentro del mercado meta (Francia- París), para así ganar la fidelidad por parte de los consumidores.

Análisis FODA de la pulpa de jaiba

Fortalezas

- ✓ Obtención de la materia prima de las zonas costeras del Ecuador. Se encuentra en las provincias de: Guayas, Esmeraldas, El Oro y Santa Elena.
- ✓ Existen dos especies de jaiba tales como: jaiba azul y verde.
- ✓ La jaiba en su carapacho tiene más carne que los otros crustáceos.

Oportunidades

- ✓ Alta demanda de mercados internacionales, por la diversidad gastronómica y una tendencia a una alimentación más sana.
- ✓ Ayuda económica del gobierno con créditos para el desarrollo de acuicultura.
- ✓ Vedas de otras especies de crustáceos.
- ✓ Acuerdo comercial entre el Ecuador y la Unión Europea.
- ✓ Productos derivados de la jaiba que son utilizados por la industria farmacéutica y alimenticia.

Debilidades

- ✓ Pocas organizaciones pesqueras productoras la jaiba.
- ✓ Mucho tiempo para el crecimiento de la jaiba en estado natural.

Amenazas

- ✓ Muchos países productores de jaiba en el continente tales como: Chile, México, Colombia, Estados Unidos, Canadá y Guatemala.
- ✓ Fenómenos climáticos afectan a la captura de la jaiba.
- ✓ Nuevas leyes medio ambientales para la protección del manglar y establezcan vedas para la jaiba.

Capítulo IV

Requerimientos para la exportación

4.1. Exigencias para el acceso al mercado francés

Los estándares de la Unión Europea son cada vez más estrictos en materia de comercio exterior. El Ecuador debe ajustarse a las normas relacionadas con medio ambiente y responsabilidad ética empresarial, para que puedan ingresar los productos a la UE.

Francia es un gran importador de productos alimenticios de todas partes del mundo, siendo su principal característica la exigencia de productos de alta calidad. Es importante tener en cuenta las tendencias de los consumidores y tratar de adaptar la oferta exportable a este mercado tan demandante. En términos generales, las oportunidades que se pueden presentar para Ecuador son de productos de alta calidad en los que se pueda garantizar la ausencia de antibióticos (para productos de la acuicultura), el respeto de los límites máximos permitidos de pesticidas y un sistema de trazabilidad de los productos (ProEcuador, 2013).

Es muy importante igualmente el embalaje moderno con tecnologías apropiadas para ofertar productos que se adapten a estas exigencias de calidad. Por ejemplo, productos empacados en el origen bajo atmósfera controlada con estrictos controles de calidad que van directamente al consumidor, de manera que se pueda garantizar al 100 % la calidad del producto.

En la Directiva CE 43/1993, se establecen normas para mejorar el nivel de higiene donde se garantice y se proteja la salud pública de los consumidores de los alimentos que circulan en la Unión Europea. Cada proceso tiene que ser manejado de forma inocua esto es desde “preparación, transformación,

fabricación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación y venta o suministro de los productos alimenticios que se realizaran de manera higiénica”.

Por medio del sistema de Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos llamado HACCP, sus siglas en inglés, todas las empresas deben de cumplir con los procedimientos de seguridad adecuados que estarán definidos para llevarse a cabo en sus prácticas (ProEcuador, 2013) .

En enero del 2006, entró en vigencia el Reglamento CE 852/2004, que es una revisión de la Directiva CE 43/1993. Este reglamento hace hincapié en la definición de los objetivos que deben alcanzarse a nivel comunitario en materia de seguridad alimentaria, dejando a los agentes económicos del sector la responsabilidad de adoptar las medidas de seguridad que deben aplicarse para garantizar la inocuidad de los alimentos. Con el nuevo reglamento se debe garantizar cada fase del proceso del producto (pulpa de jaiba) hasta el suministro del producto para que llegue al consumidor final, así cumpliendo con las normas HACCP (ProEcuador, 2013).

En conformidad con el Reglamento (CE) nº 178/2002, “se establece que los agentes económicos del sector alimentario deberán aplicar sistemas y procedimientos que permitan asegurar la trayectoria de los ingredientes y alimentos y, en ciertos casos, de los animales utilizados para su producción. Define, además, que los productos alimenticios importados a la comunidad deben cumplir las normas de higiene comunitarias u otras equivalentes” (ProEcuador, 2013).

4.2. Requisitos para la salida de la pulpa de jaiba en Ecuador

Para poder exportar cualquier producto tanto las personas naturales o jurídicas deberán contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), adquirido en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y estar de estado activo con autorizaciones vigentes para formular las facturas y guías de remisión (ProEcuador, 2014).

4.3. Contratación de exportación

En las negociaciones productos hacia el exterior o en materia de comercio exterior, es necesario y de suma importancia un contrato de compra-venta internacional. Este documento encierra la normativa internacional trata asuntos como: elaboración del contrato, traspasos de los riesgos, obligaciones del vendedor y del comprador. Por medio de este acto quedaran especificadas de forma clara las especificaciones del contrato, evitando de esta manera confusiones y alteraciones en las relaciones entre el vendedor y comprador (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

4.4. Condiciones de compra

Los incoterms más usados por los importadores franceses son FOB y CIF. En lo que se refiere a los supermercados ellos realizan un primer contacto y evalúan si la empresa exportadora tiene el producto que están buscando, si cumple con las normas o requisitos técnicos, si cuenta con la capacidad suficiente y constante para abastecer las órdenes que se le realicen. Si cumple con los estándares solicitará el envío de muestras, intercambio de información, visitas técnicas a las fábricas o plantas, pruebas, revisión de empaque. Incluso muchos supermercados piden además trabajar con marca de distribuidor o marca blanca (ProChile, 2014).

“Es necesario cumplir con cada etapa de la transacción para que el empresario francés se sienta seguro, se debe cumplir con cada palabra y mantener los compromisos, respetar cuidadosamente las fechas y los acuerdos, de otra manera, la pérdida de confianza del importador hará que se termine el contrato y no haya un acuerdo en el futuro” (ProEcuador, 2013).

4.5. Condiciones de pago

En el mercado francés los compradores o importadores tienen el poder de establecer las condiciones y son reacios aceptar condiciones de pago establecidas por el vendedor (exportador) tales como el crédito documentario, y los costos que conlleva. Los importadores franceses suelen solicitar al proveedor un crédito de 60 o 90 días después de recibir la mercadería, aunque “la Ley de Modernización de la Economía del 2008 estableció que los plazos de pago en Francia no deben superar los 45 días. Los pagos se suelen efectuar mediante transferencia bancaria, letra de cambio o cheque” (ProEcuador, 2013).

Con esta ley no hay un respaldo al vendedor ni se ofrece ninguna garantía. Es preferible cobrar por adelantado las ventas y buscar información que asegure que el importador cuente con una solvencia financiera y a su vez también para los clientes potenciales.

4.6. Elaboración y aprobación del formato único de exportación (FUE)

“Todas las exportaciones deben presentarse un Formulario Único de Exportación (F.U.E.) y llenarlo según instrucciones contenidas al reverso del referido documento para obtenerla aprobación en los bancos corresponsales del Banco Central del Ecuador de la ciudad donde se trasmite la exportación” (Heras, 2009).

4.7. Elaboración y aprobación del certificado de origen

Este es un documento que certifica la procedencia de la mercancía. Toda mercancía que va a ser exportada desde Ecuador y que forme parte de bloques económicos tales como: ALADI y COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, y cuente con el acuerdo de Sistema General de Preferencias de UE y a los Estados Unidos de Norte América, necesitara de este certificado. Estos Certificados de Origen son otorgados por el Ministerio de Comercio Exterior, MIPRO y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

4.8. Elaboración y aprobación de la declaración aduanera única (DAU)

Un documento de requisito obligatorio para la exportación es la Declaración Aduanera Única y tiene que constar con información tales como: datos del exportador e importador, país de destino, tipo de mercancía, peso bruto, peso neto de la mercancía es decir todos los datos referentes a la exportación, para que la Aduana pueda llevar un registro y estadísticas de lo que el país exporta (Lara, Muñoz y Quevedo, 2009). Ver el anexo

4.9. Certificados fitosanitarios

Todo producto proveniente del mar que va ser exportado tiene que tener autorización del Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP) y posteriormente será verificado y registrados en el Instituto Nacional de Pesca (INP) para tener la autorización del certificado sanitario y el certificado de calidad si es que se cumple con los requisitos y exigencias del país al cual se desea exportar. El certificado avalara las condiciones donde se realiza la producción, transportación, procesamiento y envasado / empaquetado, y la condición nutricional del producto (ProEcuador, 2014).

4.10. Justificación de divisas

Es una exigencia de carácter obligatorio que impone el gobierno ecuatoriano para evitar el lavado de activos y el tráfico de drogas el cual es sancionado por la ley ecuatoriana. La procedencia de la mercancía tiene que estar bien detallada y respaldada por documentos como factura comercial y cuentas bancarias claras (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009). Los requisitos están representados en los siguientes trámites:

- ✓ Mostrar la FUE con su certificado original y cinco copias.
- ✓ Añadir la factura original y cinco copias.
- ✓ Presentar el packing list que es un detalle de la cantidad de unidades que se está enviado al exportador (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

4.11. Envases y etiquetado para la exportación del producto

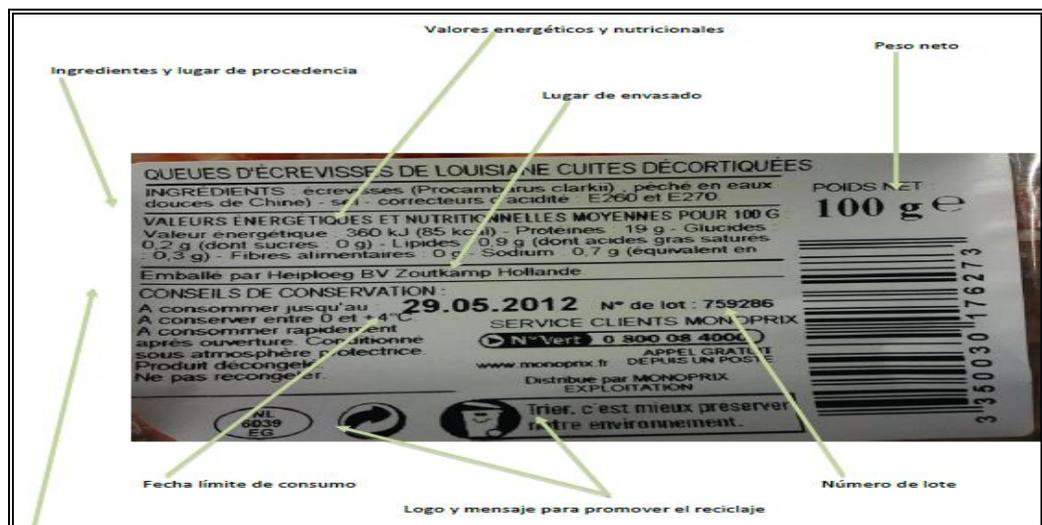
Todo producto que ingrese a los países de la UE deben cumplir con los requisitos de etiquetado del país de destinado para garantizar la protección de los consumidores. Por medio de estos requisitos se intentan certificar un alto nivel de salvaguardar la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, en la cual se le proporcionará información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales e informaciones específicas). Para los productos de la industria alimenticia, calzado, textiles y electrodomésticos, la legislación de la Unión Europea establece normas particulares para estos sectores (ProEcuador, 2013).

La información que se encuentra en el etiquetado general se debe presentar en el idioma entendido por los consumidores (francés), para así el consumidor final no tenga ninguna confusión. Y si se va a comercializar el producto a diferentes países de la UE según la legislación establece la

posibilidad de incluir múltiples idiomas (ProEcuador, 2013). Se debe utilizar el sistema métrico internacional para las unidades. Los aspectos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- ✓ Nombre del producto en francés.
- ✓ Lista completa de ingredientes, y la cantidad en orden decreciente según la cantidad que se presente en el producto.
- ✓ La cantidad de ingredientes.
- ✓ La cantidad neta del contenido (peso, volumen).
- ✓ La fecha de caducidad.
- ✓ El nombre del fabricante, envasador o distribuidor.
- ✓ Información de uso, conservación y almacenaje.
- ✓ Número de lote.
- ✓ El país de origen de donde procede el producto.

Ilustración 9: Especificaciones del Etiquetado



Fuente y elaboración: Prochile, Información Comercial, Estudio de mercado de los Crustáceos para el mercado francés (2012)

Los productos que se comercializan en la UE deben respetar los requisitos que se dictaminan para los envases y embalajes para la protección

del medio ambiente y disposiciones específicas de protección de la salud de los consumidores como, por ejemplo:

- ✓ Materiales que puedan ser reciclados y la prevención de los residuos de envases
- ✓ Los tamaños, cantidades y capacidades nominales
- ✓ La composición y los componentes de los materiales destinados a entrar en contacto con los alimentos.
- ✓ La carne de jaiba una vez sacada se la coloca en envases de: polietileno (funda), tarrina de forma sellado hermético o simplemente colocada la tapa.

Por tanto, estos productos están sujetos a:

- ✓ Los requisitos generales sobre envases y residuos de envases establecidos por la Directiva 94/62/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-365 31/12/1994) (ProEcuador, 2013).
- ✓ Las disposiciones específicas sobre las medidas de los envases y embalajes establecidas en la Directiva 75/106/CEE del Consejo (DO L-42 15/02/1975) y la Directiva 80/232/CEE del Consejo (DO L-51 25/02/1980) (ProEcuador, 2013).
- ✓ Las disposiciones especiales sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con los alimentos, contempladas en el Reglamento (CE) n° 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-338 13/11/2004).
- ✓ Además, las importaciones de embalajes de madera y de otros productos vegetales también pueden estar sujetas a medidas fitosanitarias contempladas en la Directiva 2000/29/CE del Consejo (DO L-169 10/07/2000) (ProEcuador, 2013).

Ilustración 10: Envase de Pulpa de Jaiba



Fuente: Scalect
Elaboración: Andrea Martillo

Tabla 9: Tipos de envases

Material del Envase	Cantidad	Costo del Envase	Foto
Funda plástica de polietileno, empacado al vacío.	Varias presentaciones con un máximo de 1 kilo	\$0,05	
Tarrina plástica no sellada al vacío solo cubierta con cinta plástica entre la tapa y el recipiente Impresión en tapa	Cantidad máxima de 0.5 kilos	\$0.15	
Tarrina plástica no sellada al vacío y sin marca o logos	Cantidad máxima de 0.5 kilos	\$0,10	
Fundas con cobertura de aluminio interna Impresión en los dos lados Sellada al vacío	Según las necesidades del cliente Hasta máximo 1 kilo. Hasta máximo 2 jaibas	\$0,35	

Fuente: Mercados y centros de abastos de carne de jaiba en Guayaquil
Elaborado por: la autora

La certificación NF (Norma Francesa) es una marca combinada que garantiza la calidad y la seguridad de los productos y servicios que son certificados por Francia. La marca NF certifica que se cumple con las normas vigentes en el país de destino (Francia) y aumenta los criterios de calidad que exige el consumidor francés. Esta certificación o marca no es un requisito pero al ser conocida por el 85% de los franceses le da una ventaja o un plus al producto al momento de comercializarlo y pueda competir en este mercado. (ProEcuador, 2013).

Ilustración 11: Norma Francesa



Fuente: Pro Ecuador (2013)

Capítulo V

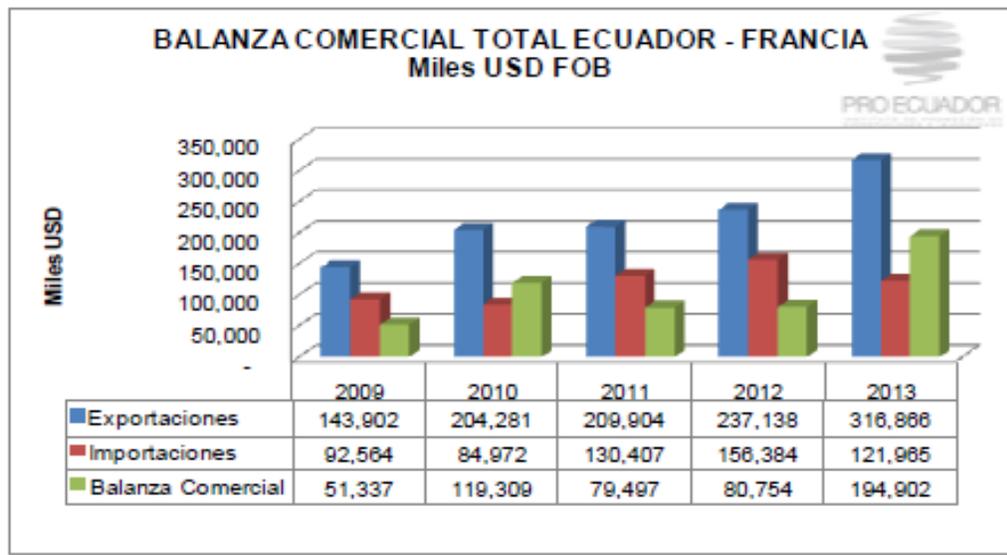
Análisis del mercado de destino y su demanda

5.1. Relaciones comerciales con Francia

PROECUADOR señala que Francia ha mantenido un déficit comercial en los últimos 6 años. En el período 2008 - 2013 las importaciones decrecieron a una tasa promedio anual del 1,52 %, mientras que las exportaciones cayeron a un ritmo del 1,96 %. A continuación se puede encontrar la Balanza Comercial de Francia representada en miles de dólares.

En cuanto a la representatividad de Francia en las exportaciones de productos ecuatorianos ha sido favorable, la balanza comercial entre Francia y Ecuador se ha mantenido positiva durante los últimos cinco años, alcanzando para el 2013 el valor de USD 194 millones (ProEcuador, 2013).

Gráfico 5: Balanza Comercial de Francia

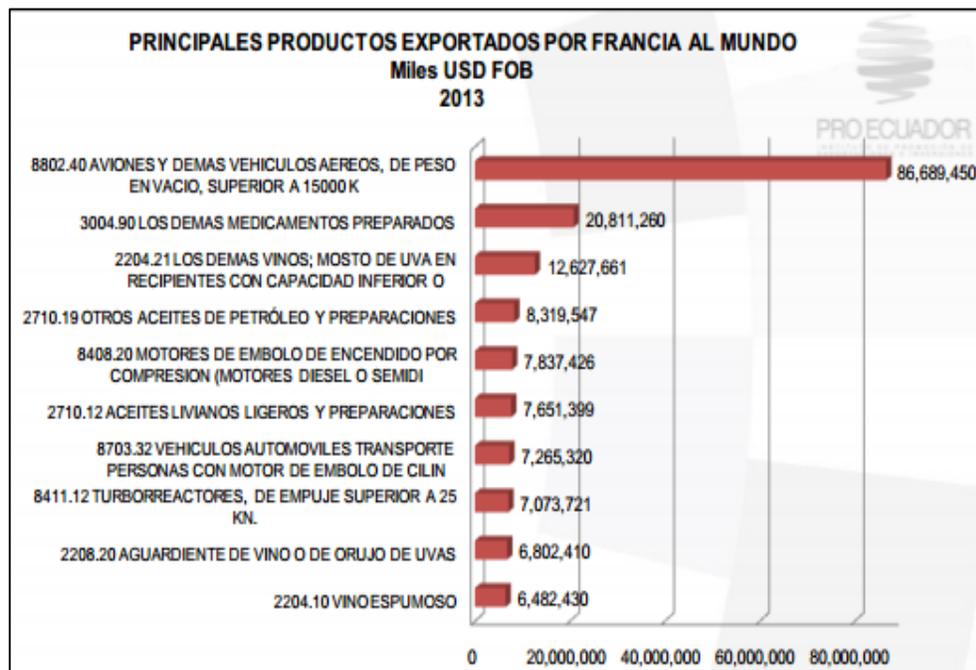


Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Subsecretaría de dirección Pro Ecuador

Francia redujo el déficit comercial a principios de 2014, en comparación al del 2013. En el primer trimestre de 2014, el déficit comercial francés por año 8,2 % en tasa interanual a -14,4 mil millones de euros (19,34 mil millones de dólares) y del 8,3 % en comparación con el primer trimestre de 2013 (Journal du net, 2014).

A continuación se muestra un gráfico con los principales productos de exportación de Francia en el año 2013. Los que tienen mayor representatividad son los aviones con un valor de exportación de USD 89689450 los medicamentos preparados, con exportaciones de USD 20811260 y otros aceites de petróleo y preparaciones USD 12627661. Como se puede observar Francia mayormente es un país productor de tecnología, dentro de sus principales exportaciones no se encuentran los productos acuícolas, es por esto que Ecuador puede ofrecer la jaiba al mercado francés (ProEcuador, 2014).

Gráfico 6: Productos exportados por Francia al mundo 2013



Fuente: Proecuador

Elaborado: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

5.2. Aranceles de Francia

Estos requisitos se relacionan con el cumplimiento de legislaciones, etiquetado, códigos y sistemas de administración. Se basan en los cuidados ambientales, sociales, en la salud y en la seguridad del consumidor. Las normas de importación son armonizadas entre los países de la Unión Europea, y la Comisión Europea es el interlocutor principal (ProEcuador, 2013).

Los países beneficiarios de los derechos de aduana y aranceles reducidos son los países en vías de desarrollo por el acuerdo comunitario en obtenido por el Sistema Generalizado de preferencias (SGP+). El proyecto del SGP de la UE tiene como directriz reducir la pobreza de los países en vías de desarrollo.

En junio de 2007 se iniciaron las negociaciones para un acuerdo de asociación birregional, que comprendía un tratado de libre comercio, con la Unión Europea y Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). La parte del acuerdo que concierne al comercio que incluiría disposiciones sobre el acceso a los mercados para mercancías, las normas de origen, las aduanas y la facilitación del comercio, los obstáculos técnicos al comercio, las medidas sanitarias y fitosanitarias, las medidas de defensa comercial, los servicios, la contratación pública, los derechos de propiedad intelectual, la competencia, el comercio y el desarrollo sostenible y un mecanismo de solución de diferencias (Enríquez, 2014).

El Ecuador firmó un acuerdo comercial de preferencias arancelarias con la Unión Europea el miércoles 16 de julio del 2014 en Bruselas, Bélgica. Aunque el acuerdo generó el beneplácito a los productores de camarón, atún y cacao, aún hay preocupaciones a corto plazo. Ya que las nuevas condiciones comerciales se empezarán a aplicar en el segundo semestre del año 2016, según lo explicó Francisco Rivadeneira, ministro de Comercio Exterior, quien

firmó el pacto con su homólogo europeo, el comisario de Comercio *Karel de Gucht* (El expreso, 2014).

Los aranceles que se presentan en el siguiente tabla corresponden a los promedios *ad valorem*, que Francia aplica a los principales productos de la oferta exportable ecuatoriana. Como se ve en la tabla 17 la jaiba congelada entra con un arancel del 3 %, siendo Ecuador beneficiario del SGP+.

Tabla 10: Arancel cobrado por Francia a los productos exportados por Ecuador

Arancel cobrado por Francia a los productos exportados por Ecuador		
Subpartida	Descripción	Arancel
0306.13	Los demás crustáceos congelados	3,00%
1604.14	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros en trozo	0,00%
2008.91	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol	0,00%
0603.11	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos	0,00%
1604.20	los demás preparaciones y conservas de pescados	0,00%
4407.22	Madera aserrada o devastada longitudinalmente cortada o desenrollada incluso cepillada	0,00%
1804.00	Manteca, grasa y aceite de cacao	0,00%
0304.99	Los demás filetes y carnes de pescado congelados	0,00%
0803.00	Plátanos frescos o secos (Plátanos excl)	9,37%
6504.00	Sombreros y demás tocados o fabricados por unión de tiras de cualquier material	0,00%
2007.99	Los demás purés y pastas de las demás frutas u otros frutos	5,63%
2005.99	alcachofas (alcauciles) preparados o conservados	0,00%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, MacMap, CCI
Elaboración: Andrea Martillo

Sin embargo, la jaiba preparada o preservada entra a Francia y a los países de la Unión Europea con un arancel de 0 % con el acuerdo de GSP+ que se logró el 16 de julio del 2014 en Bruselas.

Tabla 11: Tarifa arancelaria de la jaiba por la UE

Producto	16051000055 jaiba preparada o preservada (excl: ahumado)	
Socio	Ecuador	
Año	2014	
Tarifa de Francia	Tarifa aplicada	Total ad valorem equivalente a la tarifa
MFN servicios aplicados	8,00%	8,00%
Tarifas preferenciales a los países beneficiarios SGP	0%	0%

Fuente: European Commission (2014)

Elaborado: Andrea Martillo

Los productos que tienen más salida al mercado francés son los mariscos (los camarones congelados y atunes en conservas), seguidos por el palmito en conservas, las rosas y la madera.

Tabla 12: Productos exportados del Ecuador a Francia

Subpartida	Descripción	2010	2011	2012	2013	% 2013
0306.13.91	Los demás camarones congelados	77567	97752	124945	153195	24,38%
1604.14.10	Atunes en conservas	31028	41304	50991	66024	10,51%
2008.91.00	Palmitos en conservas	19282	25990	22519	20037	3,19%
0603.11.00	Rosas frescas cortadas	6839	7114	7171	7635	1,22%
1604.20.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	2120	6615	5127	5460	0,87%
0306.13.11	Langostinos congelados enteros			5106	4194	0,67%
1804.00.12	Manteca de cacao con un índice de acides expresado en ácido oleico entre 1 % y 1,65 %	2964	3055	2595	417	0,07%
2007.99.92	Los demás purés y pastas de las demás frutas u otros frutos	688	849	1285	855	0,14%
0304.99.00	Los demás filetes y demás carnes de pescado n no contemplados en otra parte	5121	2451	694	714	0,11%
	Demás productos	219443	218170	271702	363033	57,77%
	Todos los productos	370076	411202	501936	628362	100,00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Andrea Martillo

A continuación se presenta un análisis realizado por PROECUADOR de los productos ecuatorianos estrellas, dilemas y con potencial en el mercado francés. Está basado en datos cuantitativos y cualitativos. Los datos cuantitativos recopilados tienen que ver con las exportaciones ecuatorianas al mundo y a Francia y las importaciones francesas del mundo y de Ecuador. Para los datos cualitativos se tomaron en consideración las tendencias de consumo del mercado francés, la experiencia en la promoción de productos ecuatorianos en Francia por parte de la Oficina Comercial y un análisis de productos que Ecuador produce y qué países competidores los están ingresando con éxito en el mercado francés (ProEcuador, 2013).

Productos Dilema: son productos que ocupan una posición en el mercado que abarca una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento. Por regla general, estos productos necesitan mucho apoyo en promoción, pero generan poco efectivo (sus exportaciones son pequeñas aún) (ProEcuador, 2013)

Productos Estrellas: representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo. Esta posición, que tiene una considerable parte relativa del mercado y una tasa elevada de crecimiento para la industria, debe captar inversiones para conservar o reforzar sus posiciones dominantes (realizar eventos de promoción) (ProEcuador, 2013).

Principales productos con Potencial: Francia, un mercado que apunta hacia el consumo de productos con alto valor agregado, es una vitrina que los exhibe de todas las partes del mundo. La oferta exportable de Ecuador tiene mucho potencial, y la misma va acorde con las tendencias (ProEcuador, 2013).

Tabla 13: Productos potenciales para el mercado Francés

Productos potenciales para el mercado de Francia		
Subpartida	Descripción	Valoración
0803.00	Bananas o plátanos frescos o secos	Dilemas
2009.80	Jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas	Dilemas
4421.90	Las demás manufacturas de madera	Dilemas
0603.90	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos	Dilemas
3203.00	Materias colorantes de origen vegetal o animal	Dilemas
3824.90	Las demás preparaciones aglutinantes para moldes	
0306.13	Camarones, langostinos, quisquillos	Estrellas
1604.14	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrellas
3214.90	Las demás masillas, cementos de resinas y otros mastiques (enduidos)	Estrellas
2008.99	Las demás frutas preparadas o en conservas, al natural o en almíbar	Estrellas
1604.20	Las demás preparaciones y conservas de pescado	Estrellas
2007.99	Las demás compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas	Estrellas
0303.79	Los demás pescados congelados; excluidos filetes, hígado, huevas	Estrellas
0804.30	Piñas, frescas o secas	Estrellas
0710.29	Otras legumbres desvainadas, cocidas, congeladas	Estrellas

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO CUADOR

Elaboración: Andrea Martillo

Los productos estrellas del Ecuador para la exportación a Francia son principalmente los mariscos, ya sean estos productos congelados, conservados o preparados tales como el camarón, langostino y diferentes tipos de pescados.

En el siguiente gráfico se presentan los productos exportados por el Ecuador a Francia. El mercado francés tiene una gran demanda de los productos del mar, específicamente de los crustáceos.

Gráfico 7: Principales productos exportados por Ecuador a Francia



Fuente y elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Los principales productos de importación por parte de Francia hacia el Ecuador son los mariscos tales como: camarones, langostinos, decápodos de agua fría congelados, atunes en conservas, demás preparaciones y conservas de pescado. Estos productos marinos influyen de manera positiva en la balanza comercial del Ecuador. Y la exportación de jaiba también ayuda a que se siga manteniendo un superávit en la balanza comercial entre estos dos países.

5.3. Importaciones francesas de pulpa de jaiba

Los cuatro principales proveedores de Francia respecto a las jaibas congeladas son Reino Unido, Rusia, Dinamarca, e Irlanda. Bélgica perdió su quinta posición y ha sido adelantada por Madagascar en 2011 y 2013 (ProChile, 2014). Reino Unido es el primer proveedor de Francia, pero importa la jaiba congelada de Dinamarca, Tailandia, e Indonesia.

Tabla 14: Carne de jaiba congelada

Principales Países de Origen 2011	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Bélgica	764	15 632 384	31,84
Vietnam	1 496	10 925 862	22,25
Tailandia	577	4 060 027	8,27
Irlanda	493	3 627 345	7,39
China	171	3 223 144	6,56
Chile (7)	86	2 068 696	4,21
Subtotal	2 005	37 468 762	76,31
Total	4 659	49 102 510	100
Estadísticas 2012 Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Reino Unido	877	8 610 880	22,11
Rusia	191	6 358 535	16,33
Dinamarca	208	4 899 222	12,58
Irlanda	675	4 777 935	12,27
Madagascar	953	4 610 005	11,84
Subtotal	2 904	29 256 577	75,13
Total	3 941	38 945 498	100
Estadísticas 2013 Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Reino Unido	852	7 942 610	19,94
Rusia	332	7 941 924	19,94
Dinamarca	198	5 776 512	14,50
Irlanda	671	4 399 425	11,31
Madagascar	728	3 108 497	7,80
Subtotal	2 781	29 168 968	73,49
Total	3 902	39 828 561	100

Fuente: ProChile (2014)

Elaboración: Andrea Martillo

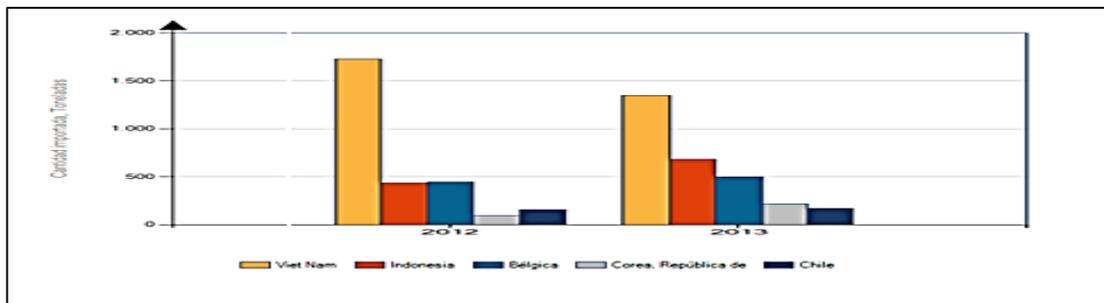
El rubro “Crustáceos y moluscos” representaba el 8,8 % de la facturación de la pesca metropolitana, alcanzando 81,5 millones de euros en 2009 (15,1 toneladas). En 2010, las importaciones francesas de jaiba alcanzaron los 945,8 millones de euros mientras que las exportaciones se elevaron a 157,6 millones de euros, dando un saldo negativo: - 788,2 millones de euros en 2011.

En efecto, como sus vecinos europeos, Francia estaba afectada por un déficit estructural ya que la producción nacional no logra abastecer la demanda interna. Este desequilibrio viene de dos causas: una demanda alta de los países

Europeos y la disminución de las capturas en la Unión Europea (ProChile, 2012).

Francia importa más de lo que exporta, y podemos decir que es un mercado con muchas oportunidades en lo que se refiere a la venta de productos del mar y por consiguiente de crustáceos por parte de Francia, donde se evidencia que el Reino Unido, Dinamarca y los Países Bajos (ProChile, 2012).

Gráfico 8. Importaciones de pulpa de jaiba por Francia por tonelada



Fuente y elaboración: TRADE MAP

Tabla 15: Importaciones de pulpa de jaiba a Francia (Anual FOB USD)

Fecha País Exportador	2009	2010	2011	2012	2013
Otros	1.414.550.939	1.544.701.966	1.645.034.374	1.566.465.264	1.727.799.681
Total	4.278.230.786	4.680.617.668	5.013.467.032	4.654.338.326	4.991.385.276
Reino Unido	538.436.270	582.264.001	626.254.323	558.493.067	660.007.659
Suecia	335.662.274	453.360.124	503.708.551	508.321.883	650.476.951
Dinamarca	416.542.602	450.757.093	391.033.526	340.824.303	346.540.924
Países Bajos	350.418.327	386.569.641	392.432.863	417.163.944	412.667.056
España	278.730.269	286.839.861	308.141.516	309.759.307	275.367.823
Bélgica	275.944.085	276.667.374	351.160.135	235.010.566	235.571.773
Estados Unidos	185.721.362	192.393.584	224.361.545	207.571.658	198.561.349
Alemania	214.170.998	207.792.300	203.382.790	158.803.540	170.039.844
China	145.950.615	159.517.421	215.136.187	186.946.914	159.820.487
Irlanda	122.103.046	139.754.302	152.821.222	164.977.880	154.531.729

Fuente y elaboración: GLOBAL TRADE (2013)

Como se observa en la tabla la mayoría de las importaciones de jaiba por parte de Francia son provenientes de los países que se encuentra en el mismo continente o que conforman la Unión Europea, esto es por los tratados bilaterales que tienen o por la cercanía entre estos países.

5.4. Importadores de Francia

Los principales importadores de jaiba en Francia según la Oficina Nacional de productos del mar son:

Tabla 16: Importadores de pulpa de jaiba en Francia

Importadores de jaiba en Francia	Dirección	Contacto
AQUABON MARC DESPRETZ (General Manager)	<i>Co SLG - 2 r de concarneau - BP 60324 - 94569 rungis cedex</i>	Tel: 0146879941 Fax : 0146879958
ASMAK EUROPE	<i>38 r du séminaire - centra 450 - 94626 rungis cedex</i>	Tel: 0156340162 Fax : 0156340139
BLUE SEA FOOD COMAPNY	<i>22c all de saint malo - bp 70114 - 94519 rungis cedex</i>	Tel:0164098718 Fax : 0164098718
ELAFOOD	<i>3 r de la corderie - centra 306 - 94586 rungis cedex</i>	Tel:0145606536 Fax : 0145600972
HOMARD ATLANTIQUE	<i>320 r de la tour - centra 152 - 94566 rungis cedex</i>	Tel: 0156706510 Fax : 0156706515
MANZETTI S.A.	<i>37c all de sète - bp 20242 - 94539 rungis cedex</i>	Tel: 0146870012 Fax : 0145600866

Fuente: OFIMER- Office National interprofessionnel des produits de la mer
Elaboración: Andrea Martillo

Estas compañías se dedican a la importación de diferentes productos del mar, especialmente de la jaiba. Algunas de estas compañías se dedican específicamente a la importación de este producto para después venderlo a grandes cadenas de supermercados, restaurantes y hoteles. Y otras la vende directamente al consumidor final (OFIMER , 2014).

La demanda de jaiba por parte de Francia se mantiene en crecimiento anual del 2%. Según una encuesta realizada por France Agrimer, el 70 % de los franceses consume el crustáceos el mismo día, el 7 % los congela y el 16 % nunca compra este tipo de producto (ProChile, 2012).

5.5. Formas de consumo de la jaiba.

La frecuencia de consumo de productos de mar por parte de los franceses es dos veces a la semana, siendo los crustáceos o la carne de estos su preferida, ya sean estos en platos combinados o en platos directos. Se evidenció una tendencia basada en los platos preparados de calidad como lo que se puede encontrar en Picard⁴ (ProChile, 2012).

Las tendencias de consumo de los franceses están cambiando. Por una parte, los franceses consumen cada vez menos productos frescos: bajó en un 3 % el consumo de pescados frescos y el 5% para los crustáceos frescos en 2011. Por otra parte, inmunizan los productos congelados y conservados, y consumen cada vez más platos preparados a base de crustáceos: hubo un de 2 % en 2011 (France Agrimer, 2012).

Los consumidores prefieren comprar en los supermercados y hard discounts, donde los productos del mar son más baratos que en las pescaderías. Los franceses compran generalmente la langosta viva o congelada (colas y pinzas): la comen sola o con mayonesa, y a veces de manera más elaborada: cocida acompañada con una salsa de limón, cebolla y perejil (ProChile, 2012).

Es muy común comprar la jaiba y centolla viva también, incluso si se encuentra cada vez más en los platos preparados. Este crustáceo se puede

⁴ Cadena de supermercados de productos alimenticios congelados de muy buena calidad

preparar relleno o en caldo. Su carne se come sola o con mayonesa y muchas veces acompaña las ensaladas, sopas, guarniciones. Así, las ventas a industrias son muy importantes también: empresas de transformación y de conservación que permiten responder a la demanda.

5.6. Potenciales compradores

El mercado potencial son los restaurantes presentes en la ciudad de París, por la gran demanda que existe des este producto (pulpa de jaiba), debido a la diversa cultura gastronómica existente y por la cantidad de turismo en esa ciudad, la cual puede ser evidenciada en la cantidad de restaurantes, convirtiéndolo en un buen mercado para la comercialización.

Tabla 17: Tendencias de consumo

ESTRUCTURA DE GASTO SEGÚN LA EDAD AÑO 2011 EN %						
	Menos de 30 años	De 30 a 44 años	De 45 a 59 años	De 60 a 74 años	> 75 años	Total
Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	9,96	12,63	14,69	17,77	19,59	14,48

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos- INSEE, *ENQUÊTE BUDGET DE FAMILLE*

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Francia

El mercado meta son todas las personas residentes o visitantes de la ciudad de París (aproximadamente 2 billones de habitantes), Francia, sin distinción de género, con edades desde los 15 años en adelante, que posean altos ingresos económicos. El mercado potencial son los restaurantes presentes en la ciudad de París, los cuales exigen calidad y frescura en los productos que compran. Este sector tiene siempre una gran demanda de jaibas.

Los mercados objetivos son los centros de abasto de mariscos en los países de estudio en donde se comercializa en forma de venta a granel y que además las exigencias de controles no son tan estrictas, pero también se debe

tener en cuenta cadenas de restaurantes especializados en la comercialización de platos a base de carne de jaiba. El mercado no es tan grande, la demanda no es alta, pero sí es segura con las cantidades que se adquiere.

Serán las mismas cadenas de comercialización que impongan los precios, cantidades e inclusive forma de presentación. Los distribuidores serán las empresas que provean al consumidor o comprador (mayorista) y esta distribución dependerá de la captura por parte de los jaiberos, y por tanto de la fisiología, ambiente y normas que influyan en el crecimiento, desarrollo y captura de la jaiba.

5.7. Estrategias para entrar al mercado francés

Para penetrar el mercado es importante conocer los hábitos, tendencias y costumbres de consumo. Encontrar una buena contraparte en el país y comunicar masivamente frente la prensa e importadores. Debido a la distancia será más fácil tener un representante, importador o distribuidor para encargarse de vender los productos. Además, tendrá una mejor visión del mercado y de los requisitos para entrar (ProChile, 2014).

5.8. Estrategias para fidelizar el mercado.

Es importante destacar que en los últimos meses la 'infidelidad' de los consumidores franceses parece haberse incrementado como consecuencia de la crisis (2008). De hecho, más del 40 % de los franceses frecuenta cada año más de 24 cadenas diferentes (teniendo en cuenta todos los sectores), según los resultados de la encuesta anual *SIMM* que lleva a cabo el departamento *MÉDIA CONSOMMATION* de *TNS MÉDIA INTELLIGENCE*. A este hecho se suma, además, una mayor exigencia en materia de precios y servicios. Dada la situación, los distribuidores deben comenzar a preocuparse, especialmente los hipermercados, cuya cuota de visitas está en descenso (Quilla Misk'i, 2013).

5.9. Características del empresario francés

El empresario francés desea hablar no solamente de precio y calidad, sino también de características técnicas y físicas de cada producto. También habrá que vender el producto teniendo en cuenta que el Ecuador está geográficamente lejos de Francia. Habrá que hacer hincapié en el valor agregado (ProChile, 2012).

La planificación y el desarrollo de estrategias son de uso común en Francia. Los líderes franceses son típicamente carismáticos y expresan su sentido de la autoridad. El estilo de gestión es de tipo directivo. En la negociación la lógica es esperada y respetada. Finalmente, es importante seguir el protocolo (ProChile, 2014).

5.10. Estrategias de negociación

Es necesario tomar en cuenta las diferencias culturales con el fin de no cometer errores y evitar malentendidos con las contrapartes locales que podrían ser perjudiciales para la realización de los negocios. Al intentar establecer relaciones comerciales con una contraparte francesa se debe poner especial énfasis en la cortesía y la formalidad. Se deben respetar los horarios de reuniones y las estructuras jerárquicas. En lo posible hablar en francés (ProChile, 2014).

También se debe considerar lo siguiente:

- Contar con material promocional en francés: Catálogos, tarjetas de presentación, sitio web.
- Entregar muestras y tal vez hacer degustaciones durante las reuniones.

- La correspondencia ya sea vía e-mail o fax debe ser respondida con prontitud.
- Se negocia punto por punto, cada parte expone su argumentación.
- El precio es lo último que se discute. No se sienten cómodos hablando de dinero. Es necesario ir bien preparado a las reuniones de negocios y tener la autoridad y rapidez suficiente para tomar decisiones en el momento, sobre los temas a tratar (ProChile, 2014).
- Las presentaciones deben ser formales, informativas y muy bien estructuradas.

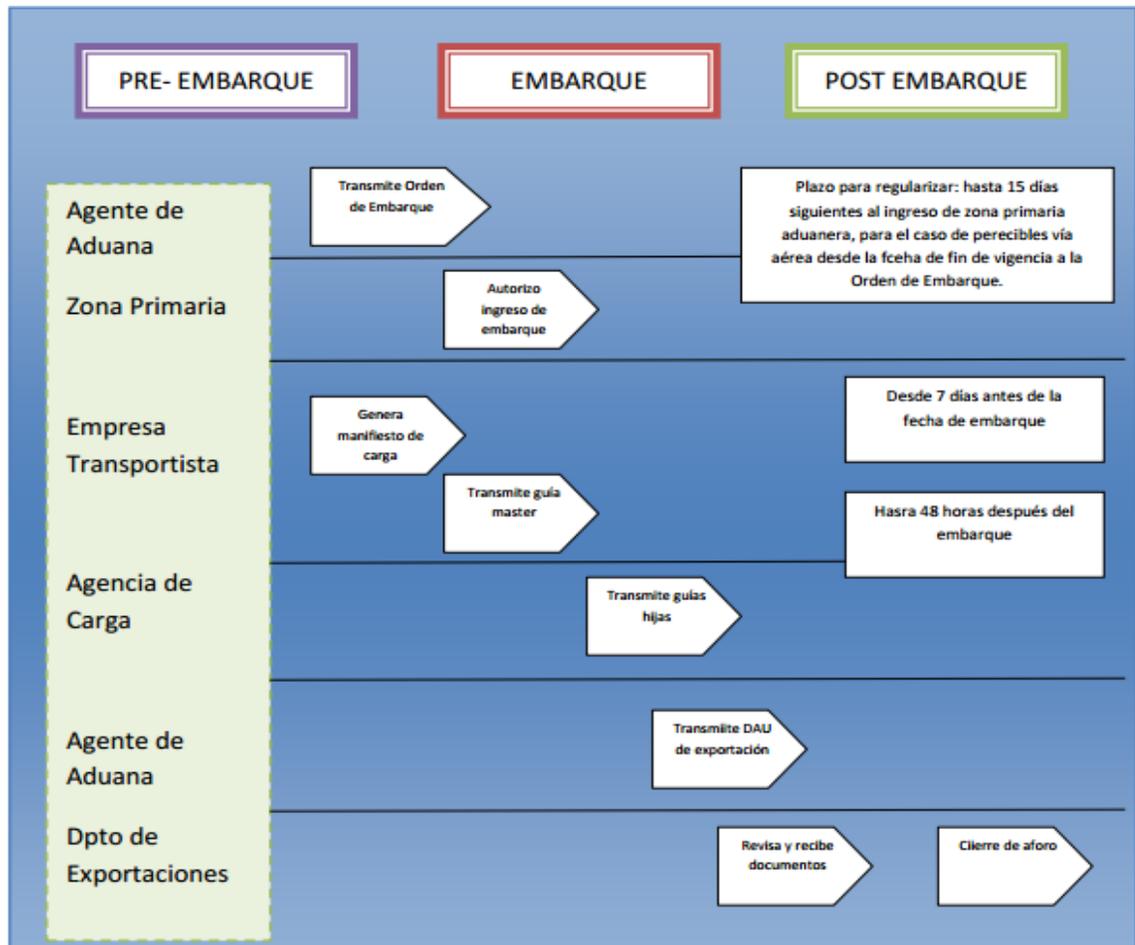
Capítulo VI

Proceso de exportación y costos

6.1. Procedimientos de exportaciones

El proceso de exportación está dado por tres pasos: el proceso de pre-embarque, embarque y post-embarque.

Gráfico 9: Pasos de exportaciones



Fuente y elaboración: Aduana del Ecuador

Pre-embarque

Por medio del sistema electrónico ECUAPASS se inicia el registro de los datos para cumplir con el formulario de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), también se ingresara de forma electrónica la factura o proforma y la toda la documentación requerida previamente al embarque. La declaración no es una intención de embarque, sino es una reconocimiento legal que se va a cumplir con los compromisos tanto con el importador como con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- ✓ Del exportador
- ✓ Descripción de mercancía
- ✓ Datos del importador
- ✓ Lugar de desembarque de la carga
- ✓ Cantidades
- ✓ Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales ingresados en el ECUAPASS son:

- ✓ Factura original expedida.
- ✓ Autorizaciones previas de los ministerios o de los países al cual se va exportar.
- ✓ Certificado de Origen.

Una vez aceptada la DAE, la mercancía pasa a Zona Primaria que es un depósito temporal donde se registrará y almacenará la mercancía para el aforo si es que es sorteada previo a su exportación (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012). Los canales de aforo son:

Canal de Aforo Documental: se designará un funcionario para la inspección documental, cuando la mercadería ingresa a la zona primaria, se revisa que tanto los datos electrónicos como el documento en físico estén correlacionados y no halla fallas y si no hay ninguna irregularidad se cerrará el container. Cualquier observación o aviso se registrará en el ECUAPASS. Una vez aprobado toda la inspección se emitirá la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) para la salida y aprobación de la mercadería (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Canal de Aforo Físico Intrusivo: es la inspección física y documental de la mercadería, para saber que si lo que se está declarando de manera digital es lo mismo que se encuentra en el container (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Canal de Aforo Automático: la autorización de salida o embarque, será automático al momento del ingresa la mercancía a la zonas primaria (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Post-embarque

Luego del embarque, se realiza la Declaración Única Aduanera definitiva (DAU). Una vez ingresada la carga a la Zona Primaria, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva. La exportación de los productos perecibles frescos que se realizan por vía aérea, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (Pro Ecuador, 2013).

Se deberá enviar el manifiesto de la carga por los transportistas antes del envío electrónico de la DAU definitiva de exportación. El manifiesto de carga y la información de la DAU serán validadas por el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE). Si el proceso de validación es positivo se envía el

mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos (ProEcuador, 2013):

- ✓ DAU impresa.
- ✓ Orden de Embarque impresa.
- ✓ Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- ✓ Documento(s) de Transporte.
- ✓ Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).

6.2. La logística de la exportación.

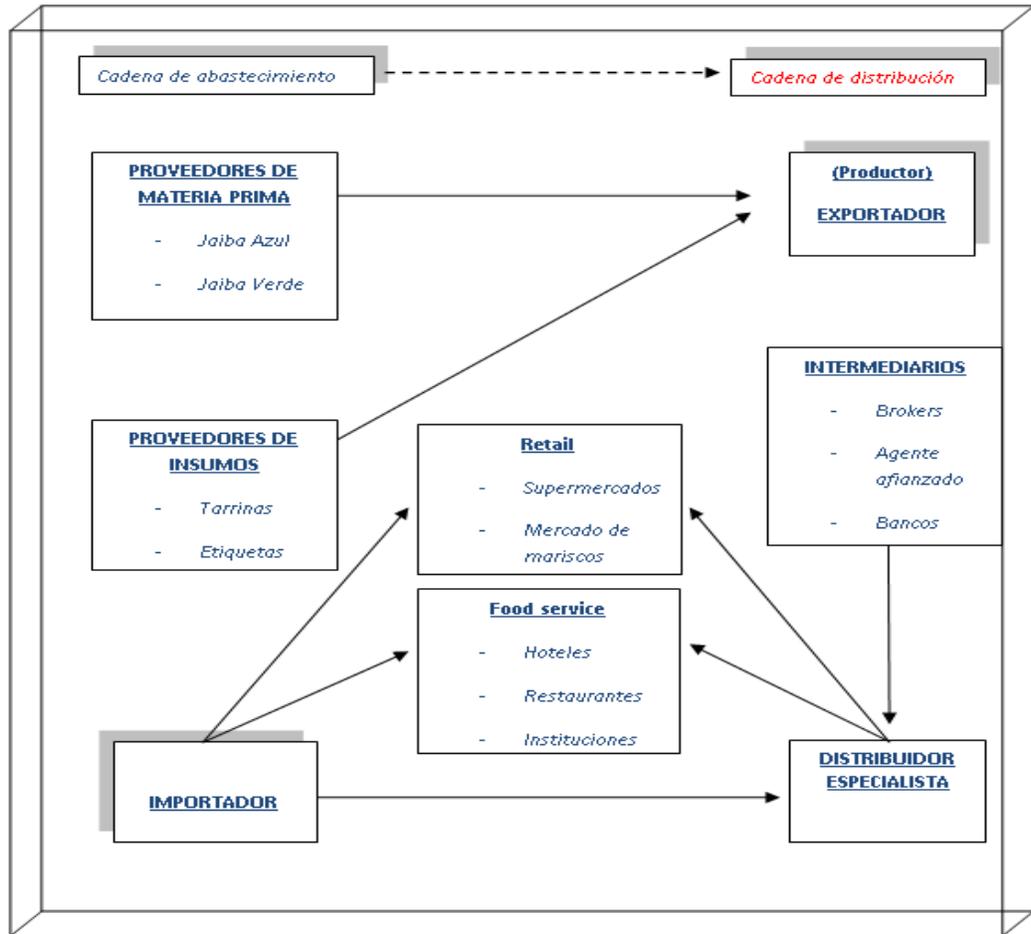
Las principales proveedores de jaiba son las organizaciones pesqueras que proveen los diferentes tipos de cangrejos en el Guayas entre ellas están: la asociación 6 de Julio, Nuevo Porvenir y 25 de Julio (Instituto Nacional de Pesca, 2013).

Los exportadores reciben el producto en materia prima. Revisan en físico para verificar que todo esté acorde a lo negociado. Y si es aprobado pasa a la extracción de la carne de jaiba, envasado y etiquetado (Lara, Muñoz, & Quevedo, 2009).

El exportador se contacta con el bróker para que se encargue de la documentación aduanera y la transportación. El producto será distribuido a los diferentes supermercados, mercados de mariscos, restaurantes y hoteles de Francia.

En el siguiente gráfico se muestra la cadena de distribución física internacional desde el país de origen Ecuador, hasta el destino que es Francia.

Gráfico 10: Cadena de distribución

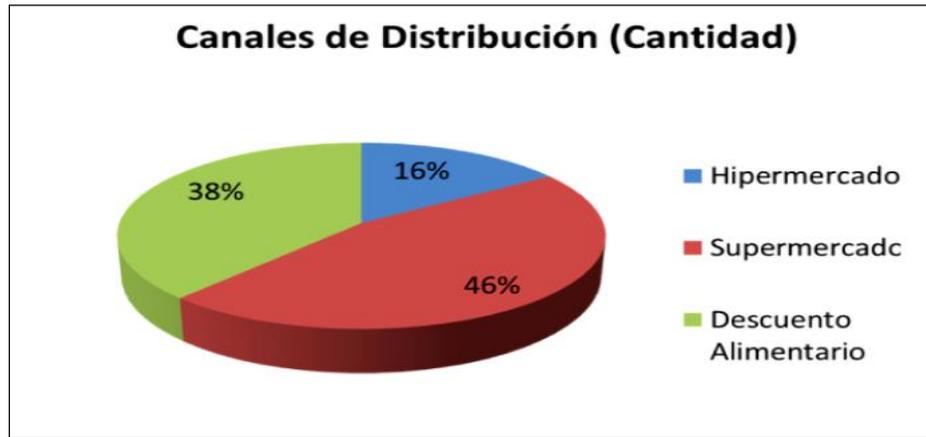


Fuente: Department of wildlife, Seattle
Elaborado por: Ávila, Álvarez & Mendoza (2009)

6.3. Principales canales de distribución

Los principales canales de distribución en Francia son: los hipermercados (38 %), supermercados (46 %) y descuento alimentario (16 %) (ProEcuador, 2013).

Gráfico 11: Canales de distribución



Fuente y Elaboración: Oficina Comercial de Ecuador en Francia

En la siguiente ilustración muestra las siete principales cadenas de hipermercados y supermercados, que representan el 70 % del mercado. Carrefour es el líder en ventas con 86 billones de euros, seguido de Auchan con 60 billones (ProEcuador, 2013).

Ilustración 12: Principales Supermercados en Francia



Fuente y Elaboración: Oficina Comercial de Ecuador en Francia

En Francia, se distinguen tres grandes tipos de empresas distribuidoras: el comercio mayorista, el comercio minorista y los distribuidores de hostelería, restaurantes y catering (HORECA). Al hablar del comercio mayorista, en 2011

había censadas 188,000 empresas de comercio mayorista cuya cifra de negocio ascendía a 421 billones de euros en total según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos. El mercado tiende a prescindir cada vez más de este intermediario (ProEcuador, 2013).

6.4. Precios

El precio está delimitado o dependerá de diferentes estudios y procesos financieros, para poder establecer el precio se evalúa en el costo total del producto, y de los precios en el mercado, sobre todo en valores e intercambio monetario.

El precio debe ser atractivo, para que así el producto pueda ser adquirido, es decir, asequible al comprador. Se debe establecer un precio que permita mantenerse por un buen tiempo en el mercado francés y que además cuando se cambie no perjudiquen la calidad del producto ni la cantidad consumidores. A continuación se detallan los precios de la carne de jaiba (ProEcuador, 2013):

Tabla 18: Precios referenciales de diferentes tipos de especies de jaiba.

Tipos de jaiba	Precio 12 oz
Special	\$ 26,22
Fingers	\$ 13,05
Jumbo Lump	\$ 13,18

Fuente y elaboración: FAO

6.5. Modalidades de transporte de Ecuador a Francia

El transporte de la mayoría de los productos ecuatorianos a Francia es por vía marítima a excepción de las flores y la pesca blanca, que por motivos de conservación es necesario hacerlo por vía aérea.

La ruta marítima de todas las exportaciones de los productos ecuatorianos se hacen desde el puerto de Guayaquil hasta *LE HAVRE*, con una frecuencia aproximada de 23 días de tránsito. Este puerto se encuentra ubicado en la costa occidental, es el segundo más importante del país y “está integrado por una importante zona comercial e industrial, además de tener conexiones con las principales ciudades de Francia por vía férrea y carretera” (ProEcuador, 2013).

LE HAVRE es líder en Francia en el manejo de tráfico por contenedores, con más del 60 %. TRANSAVISA, Agencia Marítima TRANSOCEÁNICA, EVERGREEN Y HAMBURG SUD son operadoras logísticas que manejan la ruta de Ecuador a Francia. El costo por contenedor seco de 40' es aproximadamente de \$ 2500 y del refrigerado \$ 5100, que es el que se necesita para la exportación de la pulpa de jaiba, si es que este fuera enviado por esta vía.

A pesar de que el transporte aéreo es el más caro, es el más correcto para enviar la pulpa de jaiba por el tiempo de tránsito, ya que es un producto perecible y al no llevar ningún preservante puede perder la textura. No existe una ruta directa de Ecuador a Francia. Los productos ecuatorianos que circulan por vía aérea van desde el aeropuerto de Quito hasta el aeropuerto de Ámsterdam o Caracas, para llegar a París. Desde Guayaquil (Ecuador) a París (Francia) están separados por 9340 kilómetros, estimando un tiempo aproximado de vuelo de 13 horas con 21 minutos (puede variar por la climatología o rutas aéreas) (ProEcuador, 2013).

Ilustración 13: Ruta aérea



Fuente y elaboración: AIRFRANCE/ KLM cargo

El transporte debe contar con una cámara de congelación a temperaturas entre $-25\text{ }^{\circ}\text{C}$ y $-30\text{ }^{\circ}\text{C}$, además de lo establecido por las instituciones de control mencionadas en sus reglamentos correspondientes (higiene de los alimentos, etiquetado y presentación e inspección y certificación). Para la transportación del producto, se deben aplicar las siguientes medidas:

- a) Al momento del embarque, la temperatura en el centro térmico del producto no debe ser mayor de $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$.
- b) El vehículo de transporte debe estar limpio y sin malos olores antes de iniciar el embarque.
- c) Se debe pre-enfriar el vehículo de transporte previo al embarque, por un período de tiempo que garantice que el producto no sufra cambios bruscos de temperatura y sea inocuo al consumo humano (CORPEI, 2010).

6.6. Costo de Exportación

Los cargos vinculados con el proceso de exportación incluyen: costos de documentación, tarifas administrativas para despacho de aduana y control técnico, certificados de origen, sanitarios y transporte aéreo. En la siguiente tabla se muestra los documentos que se necesitan para la exportación de la carne de jaiba y sus costos.

Tabla 19. Costos de documentos para la exportación

Documentos de exportación	Costos	Instituciones que lo otorgan
Certificado de origen	\$ 10,00	Ministerio de Industria y productividad (MIPRO)
Certificado Sanitario	\$ 20,00	Instituto Nacional de pesca
Cupón aporte a Corpei	1.5x \$1000 sobre el valor FOB	Corpei

Fuente: Ministerio de salud pública, MIPRO, Corpei, INP & KLM cargo
Elaboración: Andrea Martillo

La operación de exportación se lo realiza mediante el sistema ECUAPASS, que necesita de una firma electrónica que asocia la identidad de una persona. Las tarifas de los certificados de firma electrónica de acuerdo a la Resolución No.BCE-003-2012, son las siguientes:

Tabla 20. Tarifas vigentes de certificado electrónico (ECUAPASS)

Tarifas Vigentes	Precio	IVA
Emisión del certificado de firma electrónica (TOKEN)	\$ 30,00	+IVA
Dispositivo portable	\$ 26,00	+IVA
TOTAL	\$ 56,00	+IVA
Renovación del certificado (valido por 2 años)	\$ 15,00	+IVA

Fuente: Comunidad Comercio Exterior en Ecuador
Elaboración: Andrea Martillo

Para poder exportar la jaiba se necesita de un agente aduanero. Los costos de los agentes aduaneros se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 21. Tabla de honorarios mínimos de exportación

PERFIL #1		
EXPORTACIONES A CONSUMO PRODUCTOS PERECIBLES		
0 - 5.000	\$ 79,2	30% del SBU
5.001-10.000	\$ 79,2	30% del SBU
10.001-50.000	\$ 79,2	30% del SBU
50.001-100.000	\$ 132,0	50% del SBU
100.001-500.000	\$ 184,8	70% del SBU
500.001-1'000.000	\$ 237,6	90% del SBU
1'000.001-2'000.000	\$ 396,0	1,5 SBU
2'000.000 en adelante	\$ 660,0	2,5 SBU

Fuente y elaboración: SENA E

En la siguiente tabla se muestra los documentos y los costos que requiere la línea aérea para el envío del producto a Francia, París. Las tarifas que se observan son otorgadas por KLM cargo.

Tabla 22. Tarifa de flete aéreo de KLM cargo

Documentos	Tarifa
Costos de tarifa de cargo incluido el combustible y el seguro (1000 kilogramos)	\$ 333,00
Guía aérea (Airway Bill)	\$ 15,00
Certificado sanitario emitido por Ámsterdam por guía	\$ 355,70
Certificado de salud emitido por Ámsterdam por certificado	
Manifiesto de cargo	\$ 90,00

Fuente: KLM cargo

Elaborado: Andrea Martillo

Conclusiones

Después de haber realizado la investigación de la exportación de la pulpa de jaiba a Francia, se elaboraron las siguientes conclusiones que se muestran a continuación:

Según la investigación de la producción de pulpa de jaiba que existe actualmente en el Ecuador con relación a la demanda de Francia no tiene la capacidad para cubrir ese mercado internacional, es decir la producción de la pulpa de jaiba por parte del Ecuador es de 67 toneladas anuales, es baja para la exportación de este producto de forma masiva; ya que el consumo interno de la jaiba ha aumentado relativamente según INP y ha disminuido la producción de la pulpa de jaiba por regulaciones ambientales como la sociedad manglar que establecen las vedas y el control de depredación del manglar. Aunque para la jaiba todavía no existen fechas de veda, en el invierno se escasean y si hay control sobre su hábitat.

En lo relativo a las normas, el producto debe cumplir los requerimientos que garanticen la seguridad y calidad. Estar en primera instancia en un empaque sellado al vacío; no se puede comercializar de otra forma. Los requerimientos tienen que estar bien especificados. Sobre todo debe cumplir con las normas ISO, OSHAS, entre otras, para garantizar su ingreso al mercado francés.

Acorde a las investigaciones realizadas se puede concluir que el mercado francés es un importante comprador de crustáceos, por su diversidad gastronómica. La carne de jaiba tiene una gran aceptación en los mercados de mariscos franceses; existe una demanda aproximada de más de 82 toneladas (180778,92 lb) mensuales, según ProChile

Las evaluaciones realizadas nos llevan a concluir que los costos de exportación son elevados, a pesar de que la carne de jaiba entre con un cero por ciento en el mercado Francés. Este al ser un producto perecible necesita ir a la temperatura adecuada para que el producto no llegue en mal estado y el medio de transporte conveniente es el avión por el tiempo y la distancia que este ahorra, pero su precio es elevado respecto al otro medio transporte (marítimo).

Con relación a la hipótesis de esta investigación en el capítulo 1 referente a que existe factibilidad de la exportación de la pulpa de jaiba al mercado francés, se puede concluir que actualmente no hay la capacidad de producción para la exportación de este producto, por las regulaciones ambientales del Ecuador, la falta de capacitación y por la falta de integración de las asociaciones. Pero no se descarta que se pueda llevar a cabo la exportación de la pulpa de jaiba en unos años más por la alta demanda de Francia y porque el gobierno ecuatoriano está tomando ya medidas para la capacitación de los pescadores artesanales.

Recomendaciones

Organizar dentro de los jaiberos procesos de Asociatividad, pero con afinación en puntos estratégicos, sobretodo en la comercialización y procesos de acceso a la información de demanda de mercados, para que ellos puedan negociar con los futuros compradores.

Determinar investigaciones al cultivo intensivo y bajo control de jaiba en sistemas de piscinas.

Generar por medio de capacitaciones sobre la obtención de carne de jaiba, procesos de conservación y cocinado en los centros de educación que maneja plantas agroindustriales, dirigido a los jaiberos y personas afines a esta actividad.

Ampliar estudios respecto a los impactos ambientales de la producción y extracción de jaiba del manglar.

Estudiar si se pueden hacer alianzas estratégicas con otros países productores de pulpa de jaiba para abastecer el mercado francés.

Bibliografía

- Alvarado, M., & Bonete, R. (Abril de 2013). Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de cangrejo y de jaiba azul en la cooperativa 6 de julio del cantón. Milagro, Ecuador.
- Brealy y Myers, "Principios de Finanzas Corporativas", Mc. Graw Hill 5ta Edición.
- Briones, G. (1992). La investigación social y educativa. Colombia: SECAB.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. 2013 Ecuador sin acuerdos comerciales y sin ATPDEA. Boletín Económico. Pag 3. Ecuador.
- Centro sobre Derecho y Sociedad, (2013). Fortalecimiento organizativo para la FEPALHUM en Esmeraldas.
- Chapman, A. (22 de Agosto de 2004). De gerencia. Obtenido de http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest
- CORPEI, 2010. Relación Comercial Ecuador – Unión Europea: Importancia para las exportaciones ecuatorianas. Centro de Información e inteligencia comercial. Pag 23. Ecuador.
- Diario Opinión. (18 de Marzo de 2014). Cangrejeros recibieron ayuda del MIES.
- Dirección de Gestión y Coordinación Marino Costera. (2000). Asociación de cangrejeros 6 de Julio.
- Dirección general de la marina mercante y del litoral. (2005). Ley de pesca y desarrollo pesquero (Codificación 2005-007)
- Dirección General de Normas. (2012). Productos de pesca, barritas de camarón congelado especificaciones. México.
- El banco mundial. (2014). El banco mundial. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador>
- El Comercio. (7 de Enero de 2012). 3 tipos de cangrejos y 3 de jaibas son de mayor demanda. El comercio.
- El expreso. (19 de julio de 2014). Los acuerdos y no acuerdos entre Ecuador y la UE, pág. 1.
- El hoy. (08 de Noviembre de 2013). Francia facilitará tecnología al país.

El telégrafo. (07 de enero de 2014). Ecuador cerró el 2013 con una inflación de 2,70%, la más baja desde hace ocho años.

El universo. (17 de Julio de 2014). Ecuador alcanza un acuerdo comercial con la Unión Europea. El universo, pág. 7.

Elias, A. (13 de Mayo de 2014). Crecen negocios. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com>

Emprende Pymes. (26 de Junio de 2013). Obtenido de http://www.emprendepymes.es/las-cinco-fuerzas-competitivas-de-porter/porter_fuerzas/

Enríquez, C. (17 de julio de 2014). El comercio. Ecuador cerró su acuerdo con la Unión Europea.

FAO. (2013). El estado mundial de la pesca y la acuicultura.

FAO/GLOBEFISH. 2008. Crab market report. Diciembre 2005-February 2008. [en línea]. Disponible en: <http://www.globefish.org/index.php?id=4418>.

Federación Ecuatoriana de exportadores. (Junio de 2013). Fedexpor. Obtenido de <http://www.fedexpor.com/productos-informativos>

France Agrimer. (2012). Les marchés de la filière pêche et aquaculture. París, Francia.

Gaitan, M. (26 de Febrero de 2012). Slideshare. Obtenido de <http://es.slideshare.net/florygaitan/foda-y-estrategia>

Heras, L. (2009). Breve manual para la exportación en Ecuador. Guayaquil, Ecuador.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Mexico D.F.: The McGraw-Hill.

Hill, K. (11 de Octubre de 2004). Smithsonian Marine Station. Obtenido de http://www.sms.si.edu/IRLSpec/Callin_sapidu.htm

Ilkka A. Ronkainen; Michael R. Czinkota, "Marketing Internacional" Thompson 2008.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Indicadores Laborales.

Instituto Nacional de Pesca. (2013). Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca. Obtenido de

http://www.inp.gob.ec/inp/irba/estadisticas/Desembarques_Cangrejo_2009-2013.pdf

Johnson, G., Whittington, R., & Pearson, K. (2011). Exploring Strategy.

Jorge Tarziján, Ricardo Paredes; "Organización Industrial para la estrategia empresarial"; Pearson Prentice Hall 2da Edición.

Journal du net. (07 de Mayo de 2014). Solde commercial de la France : le déficit français se réduit début 2014.

La hora. (2014). Cangrejeros del Golfo quieren exportar. Guayaquil.

La hora. (24 de julio de 2014). Optimismo en el país tras el acuerdo con la Unión Europea. La hora nacional.

La Hora. (Julio de 2013). Obtenido de La Hora: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101540636/-1/Urge_continuar_con_la_defensa_del_manglar_ecuatoriano.html#.U6fCMPI5M09

Lara, Muñoz y Quevedo. 2009. Proyecto de exportación de jaiba. Tesis Previa a la obtención del título de Ingenieros en Gestión Empresarial Internacional. Escuela Superior Politécnica del Ecuador. Pag 117. Ecuador.

LLapan, M. (01 de Agosto de 2008). Llapan Miki S.A.C. Obtenido de <http://llapanmiki.blogspot.com/2008/08/pulpa-de-cangrejo.html>

López, C. J. (2004). Métodos e hipótesis científicas. México.

Manning, P. (1997). Police Work.

Milliken, & Williams. (2004). Smithsonian Marine Station.

Ministerio de agricultura, ganadería, acuícola y pesca. (2014). MAGAP y Gobernación del Guayas dialogan con el sector cangrejero.

Montoya, S. (22 de Julio de 2014). Salud y Medicinas. Obtenido de <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/colesterol/consejos-alimenticios/mariscos-excelente-nutricion-pero-con-precaucion.html>

Murias, A. (7 de Abril de 2014). Desechos de crustáceos se convierten en derivados de calcio.

Nassir Sapag Chaín, "Proyectos de inversión, Formulación y evaluación", Pearson Prentice Hall 2007.

Natursan. (2013). Obtenido de Natursan: <http://www.natursan.net/>

Osorio, C. (2007). Diccionario de comercio internacional. Bogotá: ECOE.

Polanco, R. (2012). Certified Sustainable Seafood. Marine Stewardship Council (MSC).

Pro Ecuador. (2013). Guía del Exportador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>

ProChile. (2012). Como hacer negocios con Francia. Paris.

ProEcuador. (2013). Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.

ProEcuador. (2013). Ficha comercial de Francia.

ProEcuador. (2013). Guía comercial de Francia. París.

ProEcuador. (22 de Octubre de 2012). Pro Ecuador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/11/05/que-es-el-ecuapass/>

ProEcuador. (Febrero de 2014). Ficha técnica de Francia, 1.

Quilla Misk'i. (2013). Obtenido de <http://quillamiski74.wix.com/quillamiski#!quienes-somos1/cz98>

Quiminet. (2014). Obtenido de <http://www.quiminet.com/>

Secretaria de Economía de México. 2004. Productos de la Pesca – Camarón Congelado – Especificaciones. México DF. P 19.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2012). Aduana del Ecuador SENA. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Subgerencia Nacional de Asistencia Técnica. (2014). Corporación Financiera Nacional. Obtenido de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=691&Itemid=816

Subsecretaría de Gestión Marina y Costera. (2014). Sistema de Información Marino Costera del Ecuador. Obtenido de <http://simce.ambiente.gob.ec/>

Unión Europea. (09 de Abril de 2010). Unión Europea. Obtenido de http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/documents/eu_colombia/relaciones_economicas_es.pdf

Vallarino, 2009., “Marco Legal Empresarial”, 3era Edición

Vilca, E. (12 de Agosto de 2012). Ing industria. Obtenido de <http://industria.blogspot.com/2012/08/foda.html>

Villagomez. 2004 Acuerdo comercial multipartes Ecuador – Unión Europea.
AFESE Pag 56

Anexo 1: Entrevista al presidente de la Asociación pesquera Soledad Grande, señor Jairo Solís del recinto del Mango

1. ¿Por cuántas personas está conformada la Asociación Soledad Grande?

Actualmente la organización está formada por 125 socios que viven a los alrededores del manglar.

2. ¿Qué tipo de jaiba capturan?

Se captura la jaiba verde y la jaiba azul ya que tienen más carne dentro de su carapacho.

3. ¿Cuántas jaibas capturan al mes?

No se puede sacar un número exacto de cuanto se captura al mes, ya que todo depende de la temporada. Por ejemplo en verano se pueden obtener más jaibas, pero en invierno es difícil ya que el agua dulce las espanta y se van a mar abierto. Pero ningún socio puede capturar más de 72 jaibas por día. Es decir solo una gaveta, eso nos puso ya la reserva como límite.

4. ¿Cuáles son los precios de jaiba?

El precio es casi igual que el del cangrejo, un promedio de dólar por unidad. También depende del porte y del día para establecer el precio de la jaiba. Por ejemplo un día malo el precio es bajo, pero en fin de semana el precio es más alto.

5. ¿Ustedes realizan el proceso de extracción de pulpa de jaiba?

Actualmente ya no, antes se lo realizaba pero era más trabajoso y ya no lo hacemos por esta zona y solo comercializamos ya la jaiba en los atados. Pero si lo realizan en las zonas de Naranjal y Balao. Ellos están más especializados en eso e incluso exportan a veces a otros países.

6. ¿No ha pensado la asociación en exportar la jaiba?

Ese proceso de exportación se lo trato de llevar a cabo ya hace 5 años atrás, pero no es recomendable para esta zona y a nivel nacional, porque se sobreexplotaría el manglar y la extinción sería más rápida.

7. ¿No han pensado hacer piscinas jaiberas como realizan las camarónicas?

No se lo pueden realizar porque no son áreas concesionadas, aquí es una reserva. Pero en Balao, Puerto Baquerizo y Naranjal si lo pueden hacer porque son áreas concesionadas y ellos mismos cuidan el manglar.

8. ¿Reciben ayuda del gobierno para implementar mejores formas de comercialización de la jaiba?

Ahora habido acercamiento con el gobierno donde se han realizado hay estudios para concesionar el manglar. Incluso hablamos para hacer una planta

en balao y organizarnos todas las asociaciones para poder extraer la carne de la jaiba y exportarla. Pero en el estudio se determinó que no se podía ya que la demanda interna es alta y si aquí mismo no se abastece peor a un mercado internacional. Y si yo sigo sacando más jaiba para vender se va a seguir sobreexplotando. Sería bueno exportar la pulpa de la jaiba quien no quisiera poder exportar pero tendrían que tener más control en no superar el tiempo del trabajo para que la jaiba no se extinga.

9. ¿Quiénes controlan la captura de la jaiba?

No hay mayor control aquí, nos autorregulamos. Como asociación nos podemos regular y controlar pero en el río que es de libre navegación se meten otras personas incluso hay piratas. La marina ni la reserva controlan mucho la captura de la jaiba. La reserva tiene poca vigilancia que solo ven que haya credenciales. La jaiba no tiene veda y desde el mes de junio hay bastante jaiba pero a partir del momento de invierno comienza a bajar la oferta.

10. ¿Cómo capturan la jaiba?

Por el proceso de bolso, que es por medio de sacos que cuando viene la marea se lo mete y se saca la jaiba, el otro método es por medio de trampa que es una cosa redonda de malla donde se coloca un pescado y se revisa cada 20 minutos a ver si la jaiba ha caído en la trampa. La tercera forma ya casi no se utiliza que es como una especie de cajón ya que no es muy efectivo.

11. ¿De qué se alimenta la jaiba?

Esta es depredadora y come todo tipo de carne como camarón y pescado. No es como el cangrejo que come las hojitas del mangle.

Anexo 2: Fotos de la Asociación Soledad Grande



Anexo 3: Artículos de la Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero (Codificación No. 2005-007)

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- Los recursos bioacuáticos existentes en el mar territorial, en las aguas marítimas interiores, en los ríos, en los lagos o canales naturales y artificiales, son bienes nacionales cuyo racional aprovechamiento será regulado y controlado por el Estado de acuerdo con sus intereses.

Art. 2.- Se entenderá por actividad pesquera la realizada para el aprovechamiento de los recursos bioacuáticos en cualquiera de sus fases: extracción, cultivo, procesamiento y comercialización, así como las demás actividades conexas contempladas en esta Ley.

Art. 3.- Para efectos de la investigación, explotación, conservación y protección de los recursos bioacuáticos se estará a lo establecido en esta Ley, en los convenios internacionales de los que sea parte el Ecuador y en los principios de cooperación internacional.

Art. 7.- El Estado establecerá las medidas de fomento necesarias para la expansión del sector pesquero, conforme a los principios de la política pesquera ecuatoriana. Estimulará a los grupos sociales de pescadores artesanos, especialmente a los organizados en cooperativas, a través de proyectos específicos financiados por él, y a las asociaciones de armadores organizadas conforme a la Ley de Cooperativas.

Art. 8.- El Estado fomentará el funcionamiento de las empresas integradas, entendiéndose por tales, aquéllas que realicen concurrentemente las fases de extracción, procesamiento y comercialización.

En los casos en que no se requiera transformación se exigirá sólo las instalaciones para congelamiento y conservación.

TÍTULO III LA ACTIVIDAD PESQUERA CAPÍTULO I DE SU EJERCICIO

Art. 18.- Para ejercer la actividad pesquera en cualquiera de sus fases se requiere estar expresamente autorizado por el Ministerio del ramo y sujetarse a las disposiciones de esta Ley, de sus reglamentos y de las demás leyes, en cuanto fueren aplicables.

Art. 19.- Las actividades de la pesca, en cualquiera de sus fases, podrán ser prohibidas, limitadas o condicionadas mediante acuerdo expedido por el Ministro del ramo cuando los intereses nacional así lo exijan, previo dictamen del Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero.

CAPÍTULO II DE LAS FASES EXTRACTIVAS Y LA DE CULTIVO

Art. 20.- La fase extractiva comprende las actividades que tienen por fin capturar las especies bioacuáticas. Su regulación, control y fomento corresponde al Ministerio del ramo.

La fase de cultivo de las especies bioacuáticas comprende el desove, cría y producción de las mismas, los que se realizarán cuidando de no

interrumpir el proceso biológico en su estado natural y de no atentar contra el equilibrio ecológico con el objeto de obtener una producción racionalizada.

Art. 21.- La pesca puede ser:

a) Artesanal, cuando la realizan pescadores independientes u organizados en cooperativas o asociaciones, que hacen de la pesca su medio habitual de vida o la destinan a su consumo doméstico, utilizando artes manuales menores y pequeñas embarcaciones;

CAPÍTULO II DE LA PESCA ARTESANAL

Art. 22.- La pesca artesanal está reservada exclusivamente a los pescadores nacionales.

Art. 23.- El Ministerio del ramo a través de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros, propiciará la organización de los pescadores artesanos en cooperativas u otras asociaciones que les permitan gozar de la asistencia técnica, crediticia y demás beneficios legales.

CAPÍTULO IV DE LA FASE DE PROCESAMIENTO

Art. 35.- Fase de procesamiento es aquella que comprende la conservación y transformación de los productos pesqueros.

Art. 36.- El Ministerio del ramo, previos los estudios necesarios y en coordinación con los organismos competentes, fijará las áreas en las que se podrá autorizar el establecimiento y funcionamiento de instalaciones industriales pesqueras, con sujeción al reglamento respectivo.

Art. 37.- El Ministerio del ramo, a través de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros, tendrá la responsabilidad de exigir el cumplimiento de las obligaciones contraídas por las empresas pesqueras, llevando los registros y compilando la información que sea necesaria.

CAPÍTULO V DE LA FASE DE COMERCIALIZACIÓN

Art. 40.- Para dedicarse a la comercialización al por mayor de productos pesqueros se requiere la autorización correspondiente.

Sólo las empresas clasificadas podrán exportar productos pesqueros.

Art. 41.- Quienes se dediquen a la comercialización de productos pesqueros en estado fresco deberán disponer de los medios adecuados de transporte y conservación.

Art. 42.- El Ministerio del ramo regulará periódicamente los volúmenes de exportación de los productos pesqueros, una vez asegurado el abastecimiento del consumo interno.

DISPOSICIONES COMUNES A ESTE TÍTULO

Art. 43.- Son obligaciones de las personas naturales o jurídicas que ejerzan cualquiera de las actividades determinadas en este Título:

a) Capturar sólo las especies bioacuáticas cuya pesca esté permitida;

b) Sujetarse a la reglamentación sobre tamaño, períodos de veda y otras disposiciones relacionadas con la protección de los recursos, manejo de los mismos y la técnica, higiene y calidad de la producción;

c) Facilitar, a los funcionarios que controlan la actividad pesquera, el libre acceso a sus instalaciones, naves, muelles y cualquier otra dependencia, proporcionándoles la información que requieran para el cumplimiento de sus obligaciones;

d) Utilizar los equipos o sistemas aconsejados por la técnica para evitar la contaminación ambiental;

e) Llevar la contabilidad general y la de costos industriales en los casos pertinentes y permitir que sean examinadas por las correspondientes autoridades del Estado; y,

f) Los demás que determinan la ley, los reglamentos y regulaciones sobre la materia.

Art. 44.- Prohíbese:

a) La pesca con métodos ilícitos tales como el empleo de materiales tóxicos, explosivos y otros cuya naturaleza entrañe peligro para la vida humana o los recursos bioacuáticos, así como llevar a bordo tales materiales;

b) Destruir o alterar manglares;

c) Instalar viveros o piscinas en zonas declaradas de reserva natural;

d) Conducir aguas servidas, sin el debido tratamiento, a las playas y riberas del mar, ríos, lagos, cauces naturales y artificiales u ocasionar cualquier otra forma de contaminación;

e) Abandonar en las playas y riberas o arrojar al agua desperdicios u otros objetos que constituyen peligro para la navegación, la circulación o la vida;

f) Llevar a bordo o emplear aparejos o sistemas de pesca diferentes a los permitidos;

TÍTULO V

DE LAS INFRACCIONES, SANCIONES, COMPETENCIA Y PROCEDIMIENTO

CAPÍTULO I

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Art. 64.- Las personas naturales o los representantes legales de las empresas pesqueras que no cumplieren con las obligaciones previstas en esta Ley, serán sancionados con las siguientes penas:

a) Multas;

b) Suspensión temporal de los beneficios de que gocen;

c) Supresión de dichos beneficios;

d) Decomiso de la pesca; y,

e) Prisión.

De acuerdo a la gravedad de la infracción, se aplicará una o más de las penas indicadas.

Art. 70.- Las infracciones a lo dispuesto en los artículos 18, 31, 41, 43 literal c), y artículo 50, serán sancionadas, con multa de la quinta parte a dos remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general y prisión de uno a siete días, o con una de estas penas solamente.

Art. 71.- Las infracciones a lo dispuesto en los artículos 24, 38, 39, 40, 43, literales a), b), d) y e), y 44, literales a) y g) serán sancionadas con multa de dos a diez remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general y prisión de quince a sesenta días, o con una de estas penas solamente.

Igual sanción se aplicará al que estableciere instalaciones industriales pesqueras fuera de las áreas a las que se refiere el artículo 36, sin perjuicio de la demolición correspondiente.

Art. 72.- Las infracciones a las normas del artículo 44, literales d), e) y f) serán sancionadas con multa de diez a cincuenta remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general y prisión de treinta a noventa días o con una de estas penas solamente.

Art. 73.- La infracción a lo dispuesto en el artículo 44, literal h) será sancionada, con multa de cincuenta a ochenta remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general y prisión de sesenta a ciento veinte días o con una de estas penas solamente. Igual sanción se aplicará al que pesque en las zonas de reserva a que se refiere el Art. 48.

Art. 74.- Las penas establecidas en los artículos anteriores se impondrán de acuerdo con la gravedad y más circunstancias de la infracción, sin perjuicio de la suspensión temporal o definitiva de las actividades autorizadas y de los beneficios que concede esta Ley, en cuanto fuere del caso.

Las instalaciones piscícolas de propiedad privada deberán sujetarse, en cuanto a su operación, a las regulaciones técnicas que dicten el Instituto Nacional de Pesca y la Dirección General de Pesca.

Anexo 4: Declaración Aduanera Única

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA						13704235		A
A ADUANA/BANCO						B REFRENDO <small>2WSOFT.NET</small>				
01 N° ORDEN	AÑO	02 ADUANA	CODIGO	03 REGIMEN	CODIGO	04 FECHA/HORA TX:	09 NUMERO			
		GUAYAQUIL/AE	019	EXPORTACION A CONSUMO	40	8/ 7/2008-15:34:46	019-2008-40-005836-4			
05	06 BANCO	CIUDAD	OFICINA	07 FECHA EMISION	08 TIPO DESPACHO	FECHA RECEP HORA				
				0/ /	0 NORMAL					
C CONTRIBUYENTE/AGENTE						I.E.D.				
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR						11 TIPO Y N°.DOC.ID.		12 CIUDAD		
						1				
13 DIRECCION						14 TELEFONO		15 NIVEL COMERCIAL		
KM 10 1/2 VIA DAULE										
16 DECLARANTE/AGENTE						17 SECTOR		18 CIU		19 T.DECLARADO USD (IMP-CIF;EXP-FOB)
						PRIVADO		21		
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO										
20 REGIMEN PRECEDENTE	AÑO	21 SERIES	22 ADUANA REGIMEN	23 FECHA ACEPT.	24 FECHA VENCIM.	25 DEPOSITO		CODIGO	26 N° DESP PAR	
			019	18/06/2008	09/07/2008					
E CONSIGNANTE O CONSIGNATARIO / TRANSACCION										
27 CONSIGNANTE/CONSIGNATARIO			28 DIRECCION			29 BENEFICIARION DEL GIRO			30 PAIS PROCED./DESTINO	
						PROPEMAR S.A.			BO	
31 NATURALEZA TRANSACCION	32 FORMA DE PAGO		33 EX.CIE.	34 C.ORG.	35 OT.EX.	36 MT.YL.	37 ALMACEN	CODIGO		
							ALMACEN NO	8000		
38 TIPO DE TRATAMIENTO			39 CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO			40 COD.DE PROD.AC.OG.DESP.URGENTE		41 CODIGO DE ENDOSO		
NORMAL			1					PARA 40		
F TRANSPORTE										
42 VIA DE TRANSPORTE		CODIGO	43 FECHA EMBARQUE	44 FECHA LLEGADA	45 CARGA	COD.	46 BANDERA	COD.	47 LINEA TRANSPORTE	COD.
AEREO		4	20/06/2008	0/ /		1				
48 COD.MANIFIESTO		AÑO	TIPO MANIF.	# MANIFIESTO	49 AG.CARGA/TRANSP.	COD.	50 N.NAVEL/AEREA/MAT VEN	51 # CONOC/C.AEREA/C.PORTE		
019			05							
52 NOM NAVE/MATRIC.VEM.		53 ADUANA SALIDA	54 VIA SALIDA	55 ADUANA DESTINO	56 TIPO DESTINO	57 PAIS DESTINO		58 T.TRAT		
					EN EL	BOLIVIA		1		
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE										
CONCEPTO		MONEDA	T.CAMBIO USD.		TOTAL MONEDA TRANSACCION	TOTAL EN DOLARES USD.		TOTAL EN MONEDA NACIONAL		
59 FOB		DOLAR								
60 FLETE		USD								
61 SEGURO										
62 VALOR ADUANA										
63 TOTAL SERIES/PARTIDAS		64 PESO NETO(Kg)	65 PESO BRUTO(Kg)	66 TOTAL BULTOS	67 TOTAL CONTENEDORES	68 TOTAL U.FISICAS		69 TOTAL U.COM.		
1										
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO										
CLASE	NUMERO	TIPO	EMISION		VIGENCIA		SER	PARTIDA	MONEDA	MONTO
			EMISOR	FECHA	DESDE	HASTA		NANDINA		USD.
70										
71										
72										
73										
74										
75										
76										
77										
78										
79										
I DECLARACION DE MERCANCIA										
80 N° SERIE	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		S	BULTOS	U.FISICAS	U.COM.	PESO (Kgs.)		MARCAS Y NUMEROS
1				T	Cl.	TP.	Caril.	TP.	Caril.	NETO BRUTO
				1	BX			LB		
TPCI		TPNG	TPNE	PAIS DE ORIGEN	CODIGO	FOB USD.	FLETE USD.	SEGURO USD.	CIF USD.	
				ECUADOR	EC					
J OBSERVACIONES										
81 TIPO OBS.		82 TIPO OBS.		83 CONTENIDO OBS. AM						
K FIRMAS Y SELLOS										
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DECLARANTE			FIRMA OBSERVACIONES		COD. Y FIRMA AFORADOR	
				 AGENTE NACIONAL DE ADUANAS						

Fuente: Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)

Anexo 3: Conocimiento de Embarque/Guía Aérea

AIRPORT OF DEPARTURE 001 GYE		SHIPPER'S ACCOUNT NUMBER 7322 2881		REFERENCE NUMBER 001 - 7322 2881	
SHIPPER'S NAME AND ADDRESS PAL00535916		SHIPPER'S ACCOUNT NUMBER PAL00535916		NOT NEGOTIABLE Air Waybill Issued by American Airlines Cargo P.O. Box 619619 DFW Airport, Texas 75261-9619 U.S.A.	
CONSIGNEE'S NAME AND ADDRESS CONSIGNEE'S ACCOUNT NUMBER		CONSIGNEE'S ACCOUNT NUMBER		CARGO.COM RUC:17910128472008-15-34-45 I.E.D. CODIATA:001	
ISSUING CARRIER'S AGENT NAME AND CITY AGENT'S IATA CODE ACCOUNT NO.		ACCOUNTING INFORMATION		COPIES 1, 2 AND 3 OF THIS AIR WAYBILL ARE ORIGINALS AND HAVE THE SAME VALIDITY. IT IS AGREED THAT THE GOODS DESCRIBED HEREON ARE SHIPPED IN APPARENT GOOD ORDER AND CONDITION (EXCEPT AS NOTED) FOR CARRIAGE SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS OTHERWISE SPECIFIED. INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. SHIPPER MAY INCREASE SUCH LIMITATION OF LIABILITY BY DECLARING A HIGHER VALUE FOR CARRIAGE AND PAYING SUPPLEMENTAL CHARGE IF REQUIRED.	
AIRPORT OF DEPARTURE (ADDR. OF FIRST CARRIER) AND REQUESTED ROUTING JOSE JOAQUIN DE OLMEDO		REFERENCE NUMBER FACTURARA : PRODUCTOS		OPTIONAL SHIPPING INFORMATION	
TO BY FIRST CARRIER AMERICAN A		ROUTING AND DESTINATION TO BY TO BY CURRENCY USD		DECLARED VALUE FOR CARRIAGE N.V.D.	
AIRPORT OF DESTINATION MIAMI INTL		REQUESTED FLIGHT/DATE 20 JUN 2008		AMOUNT OF INSURANCE NIL	
INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".					
EXPORT INFORMATION - These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Diversion contrary to U.S. law prohibited. DAU 3638742N 1282					
SCI					
NO. OF PIECES RCP GROSS WEIGHT KG		RATE CLASS COMMODITY ITEM NO. 697 AA		CHARGEABLE WEIGHT RATE / CHARGE TRANSPORTATION AMERICAN AIRLINES INC. 0 USD	
		CERTIFICAMOS QUE EN ESTA FECHA HEMOS EMBARCADO LA CARGA AQUÍ DETALLADA EN FOLIOS AUTORIZADOS		En mi calidad de agente aduanero de aduana, Certifico bajo mi responsabilidad legal que al presente documento, entregado por el importador/escortador, forma parte legal del proceso de importación/exportación amparado por el DAU No. 2073	
PREPAID USD		WEIGHT CHARGE COLLECT OTHER CHARGES AWC: MYC SHC		VALUATION CHARGE TAX TOTAL OTHER CHARGES DUE AGENT TOTAL OTHER CHARGES DUE CARRIER	
TOTAL PREPAID USD		TOTAL COLLECT CURRENCY CONVERSION RATES CC CHARGES IN DEST. CURRENCY		I hereby certify that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, I hereby certify that the contents of this consignment are fully and accurately described above by proper shipping name and are classified, packaged, marked, and labeled, and in proper condition for carriage by air according to applicable national governmental regulations.	
FOR CARRIER'S USE ONLY AT DESTINATION CHARGES AT DESTINATION TOTAL COLLECT CHARGES		EXECUTED ON (DATE) GUAYAQUIL, 20		SIGNATURE OF SHIPPER BY HIS AGENT SIGNATURE OF ISSUING CARRIER BY HIS AGENT	

ORIGINAL 3 (FOR SHIPPER)

001 - 7322 2881

Fuente: Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)

Anexo 5: Glosario

Distribución: Es todo el proceso de manejo, embarque, transportación, desembarque y stock de un producto.

Embalaje: Es un empaque que contiene el envase primario y secundario del producto que se desea enviar al país de destino para así facilitar el manejo de la carga.

Envase primario: Es el recipiente que tiene contacto directo con el producto. Estos pueden ser tarrinas plásticas con sello hermético o fundas de polietileno pero selladas al vacío y más tecnificado en conservas de material de aluminio.

Envase secundario: Aquel que contiene al envase primario.

Etiqueta: Es un membrete que tiene información básica del producto.

País de origen: Lugar de donde procede la mercancía

Pulpa de jaiba cocida congelada: Se define como pulpa de jaiba cocida congelada al producto preparado a partir de la carne de pata, pinzas, cuerpo y hombro del organismo sin caparazón de las especies del género *Callinectes* sp., cocido, con agregado o no de aditivos alimentarios permitidos por la Instituto Nacional de Pesca, Agrocalidad y el Instituto de Higiene, sometidos posteriormente a un proceso de congelación, de manera que alcance una temperatura de -18°C en su centro térmico y envasado en recipientes sanitarios que protejan su calidad.

Determinación del grado de calidad: Es que si el producto cumple con todas las normas requeridas tanto por el país exportador como con el país importador. Estos estándares deben de pasar de 85 puntos para llamarse productos de calidad.